



Núm. 12 | Maig 2010 DOSSIER

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Pau Alsina (coord.)

Professor dels estudis d'Arts i Humanitats de l'UOC

palsinag@uoc.edu

SUMARI

Presentació	1
<i>Pau Alsina</i>	
Algunes reflexions sobre la cultura digital	3
<i>Charlie Gere</i>	
Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»	8
<i>Derrick de Kerckhove</i>	
Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica.....	14
<i>Tiziana Terranova</i>	
Democràcia, innovació i cultura digital.....	21
<i>Rodrigo Savazoni</i>	
La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia i la cultura: reptes per al sector cultural	27
<i>Aleksandra Uzelac</i>	

CITACIÓ RECOMANADA:

ALSINA, Pau (coord.) (2010). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital»

[dossier en línia]. *Digithum*. Núm. 12. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].

<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-alsina/n12-de-la-digitalitzacio-de-la-cultura-a-la-cultura-digital>>

ISSN 1575-2275



<http://digithum.uoc.edu>

Presentació

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Pau Alsina

Professor dels estudis d'Arts i Humanitats de l'UOC
palsinag@uoc.edu

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Associat al terme «cultura» es vincula un nodrit de definicions de tot tipus que s'han anat generant al llarg de la història i des de múltiples disciplines, definicions que s'agrupen en dues concepcions bàsiques: la humanista (que considera la cultura com allò que fa referència a tot tipus de produccions culturals, com l'escriptura, la música, les arts visuals o les escèniques) i la concepció antropològica (que entendria la cultura com tota manifestació humana, producte d'una forma determinada de viure, sentir i obrar).

Actualment, aquestes dues concepcions bàsiques, i les seves múltiples variants i derivacions, conviuen a diari en les discussions teòriques i pràctiques de tot tipus, i generen no poques confusions, controvèrsies i conflictes que operen en els plans estratègics de la cultura, els programes d'ajuts i subvencions dels estats, els plans d'activitats dels centres culturals o de les institucions artístiques, els festivals de qualsevol tipus, etc. «Cultura» és un terme difícil de contenir, recloure o delimitar, ja que pretén incloure la totalitat d'allò que és real, en aquest intent frustrat d'arribar a materialitzar una cultura universal que ho englobi tot.

Si entenem, doncs, que la cultura és un procés de producció i intercanvi de significacions, és a dir, un procés d'apropiació, negociació i confrontació d'aquestes significacions, més que un conjunt fix de pràctiques i interpretacions, resulta apropiat pensar en la cultura com en un procés dinàmic i no com en una essència inamovible que s'ha de defensar. La cultura, entesa com a sistema dinàmic format per d'informacions, persones i productes, adopta formes diferents que responen a models dinàmics de relació entre individus, societats i territoris.

Instal·lats en aquest dinamisme inherent de la cultura, el concepte «cultura digital» resulta incòmode, en titllar, restringint i delimitant, una cosa tan lliure i oberta com allò que entenem per cultura. La qualificació de digital pot conferir a la cultura un

conjunt de característiques diferencials específiques? Mereix la cultura digital ser segregada de la resta de les adjectivacions sobre la cultura? I necessita la cultura realment un tractament específic en funció dels substrats materials que la sustenten? O hi ha en allò que és digital una «forma de fer», una mena d'essència específica que confereix noves propietats a la cultura? Què és llavors la cultura digital? I encara més, en un context en el qual allò que és digital penetra en bona part dels àmbits d'actuació humana, i on es fonen les fronteres entre digitalització de la cultura i la cultura digital, té sentit estudiar la part sense contemplar el tot?

Certament, des de la seva entrada en escena, les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) han anat despertant «tecnofílies» i «tecnofòbies», utopies i distòpies de tot tipus. Si furguem en la llarga història de la humanitat, podem trobar-nos, d'una banda, amb els defensors a ultrança dels beneficis inherents que aporten les noves tecnologies del moment, que serien el motor de canvi de moltes de les bases de la nostra cultura, i que expressen d'aquesta manera un nou paradigma en gestació. D'altra banda, hi ha les crítiques respecte als presumptes beneficis de les TIC que aboquen els detractors de les innovacions tecnològiques agents de canvi estructural. Per a ells, aquestes tecnologies no aportarien res de nou a allò que ja existeix de forma consolidada en la cultura i la societat.

Associats a la influència de les TIC en la nostra cultura, trobem des d'un primer moment discursos plenament optimistes que les conceben com a democratitzadores en essència i desproveïdes de tot poder i control, resultat de la seva presumpta horizontalitat sense jerarquies. D'altra banda, es pot recordar les expectatives desmesurades que es van establir en els primers anys d'implantació d'internet, en relació amb el comerç electrònic, o, més recentment, amb les dinàmiques participatives reals dels internautes en aquest



<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

món 2.0 que ho inclou tot. Hi ha a més altres «futurolgies» pioneres relacionades amb les expectatives que es generen al voltant del potencial de càlcul i simulació inscrit en els ordinadors mitjançant l'adveniment de la realitat virtual com a substituïda de la presència física, o la inflació dels desenvolupaments reals de la intel·ligència artificial, o els experiments entorn de la vida artificial, que havia de reproduir les propietats d'allò que entenem per vida. Avui podem relativitzar moltes d'aquestes expectatives dels primers anys de desenvolupament de la cultura digital, i, també, de la influència de les TIC en la cultura. La realitat ha contrastat allò que, en potència, es podia esperar del digital.

Hi ha hagut tot tipus de «tecnofílies» i «tecnofòbies», utopies i distòpies tecnològiques, i s'han anat succeint en relació amb els diferents tipus de tecnologies predominants en cada moment històric. Però el cert és que sense caure ni en el fatalisme ni en un optimisme exacerbant, i amb el coneixement que ens ha anat atorgant l'experiència acumulada en els últims anys d'irrupció de les TIC en el context sociocultural, avui podem afirmar que les TIC provoquen i han provocat canvis significatius, i amb això traçar una visió prou realista de les transformacions en procés en la cultura i la societat actual.

El present monogràfic pretén oferir una visió polièdrica, des de múltiples perspectives, tant d'allò que es denomina «cultura digital» (amb les seves formes culturals específiques), com d'allò associat als efectes de les tecnologies digitals en l'àmbit de la cultura, en el seu sentit més ampli. Per la qual cosa hem comptat amb les aportacions de destacats teòrics i activistes implicats en el desenvolupament i l'anàlisi de la cultura digital, des de diferents

llocs del planeta, partint del local però des d'una consciència global.

Des de la Universitat de Lancaster al Regne Unit, el professor Charlie Geere n'analitza algunes de les implicacions associades als canvis aportats per les tecnologies digitals en relació amb les concepcions del subjecte, el consumidor i les comunitats. Igualment, Derrick de Kerckhove, director de la càtedra McLuhan a Toronto, exposa les seves reflexions sobre els canvis en la relació entre espectador passiu i participant actiu mitjançant la popularització de les tecnologies tridimensionals, i en connexió amb l'imaginari de les aplicacions de realitat virtual.

Des de Nàpols, la professora Tiziana Terranova contraposa alguns conceptes clau propis de l'economia política de la cultura, i es qüestiona la condició alternativa de les noves formes de producció social cooperativa associada a les aportacions específiques de la cultura digital. Es planteja d'aquesta manera com aquestes dinàmiques col·laboratives poden arribar a representar una alternativa real a les lògiques de mercat basades en la competició com a base per a la producció de noves formes de vida. Igualment, Rodrigo Savazoni contribueix al monogràfic des de la ciutat de Sao Paulo, amb les seves reflexions i experiències associades a les dinàmiques participatives vinculades al Fòrum de Cultura Digital del Brasil, i planteja una relació fluida entre democràcia, innovació i cultura digital. Per acabar, Aleksandra Uzelak, des de Zagreb, exposa al seu article les oportunitats que la potencialitat de les tecnologies digitals aporta al sector cultural, però al seu torn argumenta sobre la necessitat de trobar les maneres correctes de poder aprofitar tot aquest potencial d'una manera adequada.





<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Algunes reflexions sobre la cultura digital*

Charlie Gere

Cap del Departament de Mitjans,
Cinema i Estudis Culturals
Universitat de Lancaster (Regne Unit)
c.gere@lancaster.ac.uk

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Resum

Aquest article examina algunes de les implicacions dels transcendents canvis que comporten les noves tecnologies digitals, sobretot amb relació a les concepcions del subjecte, el consumidor i la comunitat.

Paraules clau

web 2.0, cultura digital, internet dels objectes

Some thoughts on Digital Culture

Abstract

This essay considers some of the implications of the momentous changes being brought about by new digital technologies, particularly in relation to conceptions of the subject, the consumer and community.

Keywords

web 2.0, digital culture, internet of things

Un dels processos que acompanya l'actual cultura digital és la sensació de canvi vertiginós. La complexitat de la tecnologia i el ritme creixent en què es desenvolupa fan que les coses canviïn a una gran velocitat. La tecnologia sempre ha causat canvis en nosaltres i en la nostra relació amb el medi: la diferència ara és el ritme a què aquest canvi té lloc. Durant els primers milions d'anys d'ús d'eines per part d'homínides i d'humans, els canvis foren si fa no fa imperceptibles. En els últims vint o trenta mil anys, les transformacions van començar a agafar ritme; en arribar a l'era moderna, la tecnologia ja es desenvolupa a una velocitat increïble (almenys, al món «desenvolupat»), i en l'últim centenar d'anys hem assistit a una transformació tecnològica i a un desenvolupament

molt més important i ràpid que en tota la història de la humanitat anterior.

Una de les conseqüències d'aquest ritme accelerat de creixement és que ens resulta cada vegada més difícil arribar a entendre del tot què està passant, fins al punt de fer-se gairebé impossible. Tot i que som conscients de molts altres desenvolupaments tecnològics i de les problemàtiques que els acompanyen, com ara l'energia i l'armament nuclears, la producció industrial i els seus efectes sobre el medi, la disminució de reserves energètiques i la cerca de fonts d'energia renovables i sostenibles, és possible que la nostra confrontació més intensa amb la tecnologia i la màxima experiència de la seva capacitat de transformació es produeixi pels

* Extret de la introducció i de la conclusió de la segona edició del meu llibre *Digital Culture* (Reaktion Books, 2002/2008).



<http://dighum.uoc.edu>

Algunes reflexions sobre la cultura digital

mitjans de comunicació, que estan mudant i desenvolupant-se de maneres extraordinàries mai no vistes. Aquesta afirmació és especialment certa si parlem dels mitjans digitals, com ara internet i el web, la telefonia mòbil o el vídeo digital, que ens permeten fer coses que ja fèiem abans més sovint i amb menys dificultat, o fer coses que abans pràcticament no podíem ni imaginar.

I no és sols que estan transformant el món: és que ens transformen a nosaltres mateixos i modifiquen com entenem qui som. Ho canvien tot, incloent-hi la mateixa idea de *mitjà*, un terme que a hores d'ara ja és del tot conflictiu. El problema és aquest: qualsevol transformació radical ocasionada pels mitjans és, gairebé per definició, impossible d'entendre en la seva profunditat en el moment en què s'està produint. Aquesta situació es dona perquè la nostra comprensió del món està estructurada i se'ns fa accessible pels mitjans (entenen ara el terme en un sentit ampli que inclou, per exemple, el llenguatge). De fet, no hi ha ni pot haver-hi un punt fora dels mitjans des del qual puguem tenir una mena de perspectiva privilegiada i lliure de concepcions prèvies sobre qualsevol aspecte de la nostra existència, i menys encara sobre els mitjans mateixos.

A tall d'exemple comparatiu, podem entrar a considerar com podria haver entès el desenvolupament de la impremta una persona europea de finals del segle xv. Per molta cultura que tingués, sembla difícil que pogués copsar totes les implicacions d'aquella nova tecnologia comunicativa, ni els transcendents efectes que havia de tenir per a Occident, la cultura mundial i la societat. La seva mentalitat es devia haver format dins una determinada «ecologia dels mitjans» i per tant no podia estar preparada per a entendre les noves condicions dels mitjans que apareixien. És molt més probable que a les acaballes del segle xv la impremta encara es veiés com una continuació de les pràctiques d'escrivans i copistes que n'augmentava l'eficiència, una mena de pròtesi o de substitut de la mà per a la producció de textos: no es devia veure com el mitjà que havia de transformar totalment el context intel·lectual.

Potser ens trobem ara en un moment molt similar pel que fa a la comprensió de les transformacions ocasionades per les noves tecnologies. Però pensar així podria ser caure en el parany d'entendre els actuals canvis tecnològics i dels mitjans en termes de transformacions precedents. Una mica com els estratèges militars, de qui se sol dir que sempre es preparen, més que pensant en la pròxima batalla, en altres maneres de disputar la batalla precedent, només podem entendre els nous mitjans pensant en els antics. Probablement, la capacitat d'entendre completament les implicacions i les transformacions que va significar la impremta només es pot atènyer quan la cultura de la impremta s'ha començat a substituir per la cultura electrònica, «postimpremta». Si fóssim capaços d'entendre les transformacions que ens envolten, significaria que no són veritables transformacions, sinó meres evolucions de la situació actual.

Tot el que podem fer, per tant, és radiografiar els canvis que observem amb l'esperança de mantenir una certa capacitat

d'entendre una situació en canvi permanent. Malgrat totes les prediccions catastrofistes sobre l'anomenat *efecte 2000*, el nou mil·lenni no va assistir al col·lapse dels sistemes informàtics dels bancs, ni dels sistemes de gestió de l'assistència social, ni tampoc a una fallada general d'equips mèdics, sistemes de climatització, ascensors, xarxes elèctriques, sistemes de control de trànsit terrestre o aeri ni de cap altre sistema amb tecnologia digital; ni tampoc no es va produir cap llançament accidental de míssils nuclears. No obstant això, el segle tot just havia començat quan va ocórrer un esdeveniment apocalíptic que, tot i no estar causat per la tecnologia digital ni guardar-hi relació, va demostrar el caràcter precàriament interconnectat de la cultura digital emergent.

El 6 de setembre de 2001 es va inaugurar a la galeria Postmasters de Nova York una exposició de l'artista Wolfgang Staehle anomenada 2001. Staehle ja tenia un reconeixement com a pioner en el món de l'art amb ús d'internet. El 1991 havia fundat *The Thing*, un tauler de notícies en la xarxa que es va convertir en un dels primers i més influents fòrums de debat sobre teoria i art dels nous mitjans. En l'època de l'exposició a la Postmasters, Staehle ja estava en possessió d'una tècnica característica que incloïa la projecció d'imatges digitals d'alta resolució sobre els murs de sales d'exposició. El que feia insòlites aquelles projeccions era que les imatges eren en directe i procedien de la realitat: s'actualitzaven en un marge de pocs segons. El que l'espectador contemplava era més o menys el que s'estava esdevenint en el mateix moment de visió.

Per a l'exposició de la Postmasters, Staehle va projectar tres d'aquelles imatges a temps real: una del Fernsehturm, la característica i inconfusible torre de televisió de Berlín; una altra de Comburg, un monestir prop de Stuttgart; la tercera era una vista del Baix Manhattan des d'una càmera situada a Brooklyn. Vistes en circumstàncies normals, les imatges de Staehle transmeten una vivència d'immobilitat i quietud, malgrat ser imatges més o menys en viu, i provoquen, de manera molt intel·ligent, una reflexió sobre la diferència entre imatges en viu i imatges fixes i sobre temes de més gran abast, com ara el temps i la representació. En el cas de la imatge del Baix Manhattan, aquesta immobilitat fou destrossada cinc dies després d'una manera absolutament excepcional i imprevisible: el World Trade Center, que dominava la perspectiva projectada, va ser atacat i destruït per dos avions segrestats.

A Staehle no li van agradar ni la fama imprevista i innecessària ni una certa mala aurèola que l'atac terrorista va donar a la seva exposició. Però fos com fos, allò va ajudar a traçar una important connexió entre la tecnologia a temps real que usava Staehle i el context en què els atacs van ocórrer i es van transmetre. Staehle estava aprofitant l'enorme potencial de les noves xarxes digitals i de les noves tecnologies per a posar a la disposició de tothom de manera immediata la informació i les representacions. Aquesta immediatesa transforma la nostra relació amb els esdeveniments que estan ocorrent i fins i tot en transforma la natura.

Tot això queda adequadament reflectit en el títol d'un llibre sobre els atemptats que va escriure l'expert en Orient Mitjà i



<http://digithum.uoc.edu>

Algunes reflexions sobre la cultura digital

professor Fred Halliday: *Two Hours that Shook the World* ['Dues hores que van sacsejar el món']. El títol de Halliday fa clarament un joc amb el de l'obra, ja clàssica, en què el periodista John Reed va relatar el seu testimoni de la revolució bolxevic d'octubre de 1917: *Deu dies que sacsejaren el món* (1919). La diferència entre els dos títols sintetitza admirablement la velocitat creixent a què ocorren els esdeveniments que transformen el món. Aquesta acceleració està directament relacionada amb la creixent ubiqüitat i disponibilitat dels mitjans (digitals i de qualsevol altra mena), els quals permeten contemplar tots aquests esdeveniments. Les notícies de la Revolució Russa només van circular per mitjans impresos com ara els periòdics; arribats a l'11 de setembre, els atemptats es van poder veure des de tot el món més o menys mentre ocorrien, i tothom en va poder veure els resultats, incloent-hi el dramàtic esfondrament de les torres.

A més, tot això va ser possible no sols per mitjans dominants com ara la televisió, sinó també per webs informatius. De fet, la demanda de notícies va ser tan gran que internet poc menys que es va col·lapsar i molta gent en va sortir i va tornar a la ràdio i a la televisió. Així i tot, la velocitat a què les notícies dels atemptats van fer la volta al món palesa l'alt grau d'interconnexió que hi ha al planeta, deguda en bona part als nous mitjans i a les noves tecnologies. En poc de temps, els taulers de notícies i les sales de xat de la xarxa es van omplir de relats de testimonis presencials, d'imatges, debats, teories sobre conspiracions i acusacions sobre els atemptats.

El que s'entreu ara no és un model jeràrquic de comunicació de massa que va del centre cap a fora: més aviat es tracta d'un paradigma més escampat i distribuït que circula de baix a dalt. Les empreses de comunicació cada vegada es veuran més obligades a tenir en consideració les expectatives d'un nou tipus de consumidor (i potser fins i tot d'un nou tipus de subjecte): aquell que no vol ser tractat com un consumidor invisible, anònim i passiu, sinó com un usuari actiu dels mitjans, acostumat a crear les seves maneres pròpies de respondre a necessitats i desitjos. Sovint s'esmenten els blogs com un dels principals fenòmens de l'anomenada *web 2.0*, nom donat a la concepció de la xarxa com a espai per a la col·laboració i la comunicació recíproca.

Entre aquests desenvolupaments hi ha els programaris de xarxes socials, com ara MySpace, Bebo, FaceBook i Second Life (el qual serveix per a què els usuaris interactuïn compartint un espai virtual de tres dimensions), o YouTube, Flickr i del.icio.us (que permeten carregar en el web, respectivament, vídeos, fotos i adreces d'interès); programaris d'intercanvi de fitxers com ara Napster i BitTorrent (que permeten compartir música en formats digitals i vídeos); potents motors de cerca, el més famós dels quals és Google; noves formes de debat i d'autoexpressió, com blogs i podcasts, i noves formes d'organitzar i distribuir el coneixement, com Wikipedia. Cal destacar molt especialment les comunitats en línia impulsades per MySpace i altres llocs web similars (Bebo i Facebook, per exemple) i els programaris per a compartir fitxers

com Flickr i del.icio.us. Tots aquests mitjans porten a una nova comprensió de com fer possible que els mitjans responguin a les necessitats personals i de mercat.

És possible que en un primer estadi molta gent no utilitzi aquests sistemes. Així i tot, determinaran com s'estructuraran els mitjans i la consideració que rebran. Aquestes transformacions en els mitjans que porten les noves tecnologies arriben fins i tot a canviar com pensem en nosaltres mateixos. Ja no som consumidors passius de mitjans, sinó que cada vegada som més productors actius. Pensem en un exemple banal com aquest: amb formes tecnològiques com Tivo o iPod podem programar el contingut dels mitjans al nostre gust, sense haver de seguir la presentació que proposen les televisions o les companyies de discos. Ben mirat, aquest no és un fenomen nou ni estrictament digital: des del moment en què van aparèixer cintes de vídeo i cassetts d'àudio per a gravar, ja no estàvem obligats a veure un programa en el mateix moment en què s'emetia ni a escoltar el contingut d'un disc en el mateix ordre en què s'editava. Tot i que pugui semblar de poca importància, el fet és que allò ja va alterar la relació amb els productes dels mitjans, fos televisió o música. En l'època en què es va estendre la disponibilitat de mecanismes d'enregistrament d'àudio i de vídeo també van produir-se els inicis del mostreig i la remesclosa en música popular, en què material ja creat es reutilitza per a crear noves peces. Aquestes tècniques poden veure's com un primer pas en la tendència actual a anar del consum passiu a la producció activa. Hi ha, però, una diferència important entre aquests primers fenòmens analògics i les noves formes digitals de controlar el consum de continguts: en aquells primers casos analògics persistia la subordinació als mitjans principals (discos, ràdio, televisió), que continuaven determinant de manera general com es consumien els seus continguts; en el cas de les noves tecnologies s'està produint una alteració fonamental, profunda i radical de la relació que mantenim amb els mitjans.

Les xarxes socials com FaceBook o MySpace ens donen informació de com s'està consumint el web 2.0. Navegar per qualsevol d'aquestes dues xarxes és una experiència fascinant amb un cert punt *voyeur*. Les pàgines de cada usuari es poden personalitzar i contenen informació personal, fotografies d'amics que també són a la xarxa MySpace, un missatge que indica quants amics té l'usuari i missatges d'aquests amics de contingut freqüentment personal. (Quan MySpace va començar, una de les persones que s'identificava com a fundador de la xarxa, Tom Anderson, era el primer «amic» en línia que cada subscriptor tenia. Fent clic en un enllaç de cada pàgina es poden veure fotos i enllaços de tots els amics d'un usuari i en Tom sempre hi és sempre a la llista. D'aquí va néixer el lema satíric que algunes persones lluien en samarretes per compadir-se d'elles mateixes: «Tom és l'únic amic que tinc». Arribada la primavera de 2008, Tom tenia 221.036.100 amics. Arran de la compra de MySpace per la News Corporation de Robert Murdoch, Tom ha passat a ser una identitat corporativa i ja no és una referència a una persona concreta.)



<http://digithum.uoc.edu>

Algunes reflexions sobre la cultura digital

La personalització de la pàgina que fan els usuaris i la presentació d'informació personal constitueixen una creació del jo. Els missatges són enllaços a les pàgines d'altres usuaris, per la qual cosa es pot navegar per complexes xarxes de connexions. MySpace també té enllaços a música i a vídeos de llocs com YouTube. Tant MySpace com FaceBook ofereixen un tast del que és un nou tipus de comunitat que ja no està limitat per la ubicació física, perquè es crea a partir dels interessos comuns i de l'autodefinició pels mitjans. Això pot significar que davant els nous mitjans digitals i les xarxes assistim a l'aparició d'una nova «cultura participativa» de cooperació o solidaritat més grans; però també pot significar que la cultura digital corre el risc de produir un guirigall de mitjans que entren en competència, d'autopromoció constant i d'interacció incorporada sense substància, en una societat cada vegada més atomitzada. Però potser encara és possible i necessària una altra resposta que superi aquesta oposició entre una cooperació més gran i una atomització creixent. Vivim en un món on cada vegada estem més units i alhora més separats per les xarxes mundials de tecnologies comunicatives. No ens ha de sorprendre, doncs, que el concepte «d'amistat» es faci més visible i important, al mateix temps que altres formes tradicionals de comunitat es desgasten i es desenvolupen noves formes de subjectivitat i de connexió. No obstant això, en una situació en què Tom pot afirmar tenir més de dos-cents milions d'amics, el mateix concepte d'amistat necessita un replantejament. Per tant, el que potser necessita aquesta cultura digital cada vegada més interconnectada és una nova «política de l'amistat», una nova conceptualització de la relació entre el jo i l'altre, i noves formes d'entendre les comunitats.

Potser haurem d'expandir la noció que tenim sobre qui o què pot formar part d'una comunitat futura, sobretot vist el potencial creixent de participació. A la dècada de 1950 i 1960 es va suggerir, de manera totalment seriosa, que els ordinadors serien capaços

d'arribar a alguna forma d'intel·ligència, fins i tot de consciència. El concepte d'intel·ligència artificial, basat en una concepció modernista i antiquada de la cognició com a procés interior, ha quedat molt desacreditat. Però alguns desenvolupaments més recents, molts dels quals van sorgir de la intel·ligència artificial, ens estan posant al davant objectes i tecnologies capaços d'actuar, comunicar, significar i participar, encara que aquestes capacitats no semblin incloure res de semblant a la intel·ligència humana o a la consciència. N'és un exemple la recerca sobre el desenvolupament de formes senzilles de comportament intel·ligent a partir de la combinació de robòtica i xarxes neuronals, tal com ha fet el científic de la computació Rodney Brooks a l'Institut Tecnològic de Massachussets. No sembla possible, però, que en un futur previsible vegem robots ni tan sols mínimament intel·ligents pertorbant la nostra vida quotidiana. En canvi, ja hi ha desenvolupaments més petits i potser menys impressionants que plantegen preguntes sobre la capacitat de la tecnologia per a actuar i participar. S'està posant de moda una nova expressió, *l'internet dels objectes*, que fa referència al nou món d'aparells interconnectats en xarxa que poden comunicar-se els uns amb els altres i amb altres sistemes i entitats.

Totes aquestes evolucions palesen la transcendència dels canvis que estan tenint lloc en la cultura digital, canvis que afecten tots els aspectes de la vida, i que es fan més difícils de percebre a mesura que es fan habituals i deixem de parar-hi atenció. Arribem a un punt en què les tecnologies digitals ja no són simples eines, sinó que cobren un caràcter cada vegada més participatiu en una cultura cada vegada més participativa, per a bé o per a mal. La necessitat de continuar reflexionant és més urgent que mai, sobretot tenint en compte que la tecnologia es va fent més i més invisible a mesura que es fa part inseparable de l'estructura de la nostra existència.

CITACIÓ RECOMANADA

GERE, CHARLIE (2010). «Algunes reflexions sobre la cultura digital». A: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital» [dossier en línia]. *Digithum*, núm. 12. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].
<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-gere/n12-gere>>
ISSN 1575-2275



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista i la institució que la publiquen (*Digithum*; FUOC); no en feu un ús comercial i no en feu obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.

**Charlie Gere**

Cap del Departament de Mitjans,
Cinema i Estudis Culturals
Universitat de Lancaster (Regne Unit)
c.gere@lancaster.ac.uk

Lancaster University
Bailrigg, LA1 4YD, UK

Charlie Gere és professor de Recerca sobre Nous Mitjans i cap del Departament de Mitjans, Cinema i Estudis Culturals a la Universitat de Lancaster. És autor de *Digital Culture* (2002/2008), *Art, Time and Technology* (2006), *Non-Relational Aesthetics* (2008) i *Art After God* (de pròxima aparició, 2011), i coeditor de *White Heat Cold Logic* (2008) i *Art Practice in a Digital Culture* (2010), a més d'autor de molts articles i capítols de llibres. Va ser president de CHArt (Ordinadors i Història de l'Art) de 2001 a 2009; investigador principal de 2002 a 2005 del projecte de recerca CACHE (Arts per Ordinador, Contextos, Històries, etcètera), finançat per AHRC (Consell d'Investigacions d'Arts i Humanitats), i un dels conservadors de l'exposició FEEDBACK a Gijón (Astúries) el 2007.



<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»

Derrick de Kerckhove

Director del Programa McLuhan de Cultura i Tecnologia
Professor del Departament de Francès de la Universitat de Toronto
d.dekerckhove@utoronto.ca

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Resum

A partir de la pel·lícula *Avatar*, s'analitza el concepte que titula la pel·lícula com a part d'un imaginari objectiu i compartit i com una forma al·legòrica de la lluita del bé contra el mal. A aquesta anàlisi se li suma un repàs de les pel·lícules més recents de la història del cinema que tracten aquesta dimensió i es fa una analogia de l'avatar com el Pinotxo reinventat per a l'era electrònica. Alhora, s'analitza la nova experiència participativa del públic davant de la tecnologia 3D i d'una nova realitat virtual, amb plataformes com Second Life.

Paraules clau

avatar, cinema, 3D, realitat virtual, Pinotxo

Avatar = Pinocchio 2.0 or "The end of the Society of the Spectacle"

Abstract

The article analyses the concept that deems the film Avatar part of a shared and objective imaginary, and an allegory for the struggle between good and evil. Alongside this analysis, there is a review of recent films in the history of cinema that have handled these issues, analogising the avatar as a reinvention of Pinocchio for the electronic age. Likewise, there is analysis of the new participatory experience for audiences provided by 3D technology, and of the new virtual reality through platforms such as Second Life.

Keywords

avatar, cinema, 3D, virtual reality, Pinocchio

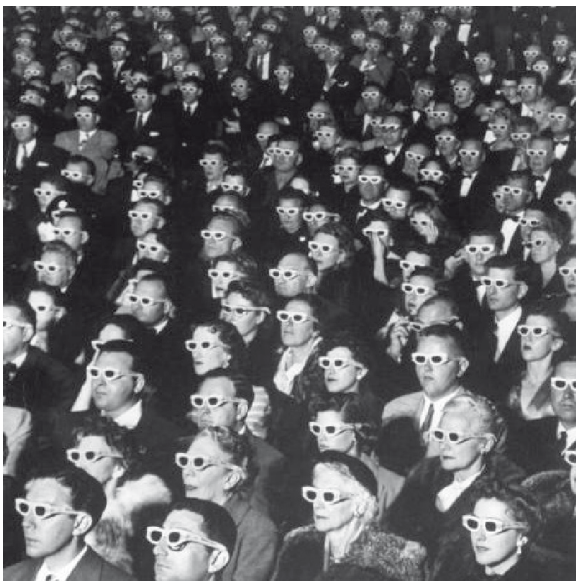


<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»

Recordo amb certa ironia les imatges en les quals el públic de la dècada de 1950 mirava amb atenció els primers 3D, amb aquelles ulleres blanques, i recordo també que aleshores la tecnologia 3D no tenia futur, perquè se la considerava tan sols una moda passatgera. Avui, amb *Avatar* pot començar la nova generació del cinema. El 3D ja no és una moda, sinó una necessitat cultural de la nova «societat de l'espectacle», que es defineix també com la societat de la participació.

Imatge 1. Primeres emissions en 3D



«In your face cinema»: el cinema davant del nas

La dimensió 3D de la pel·lícula ja no és simplement casual, un efecte especial més. De fet, es tracta d'un nou i potent indicatiu que la perspectiva clàssica s'ha capgirat. La realitat virtual és una de les maneres més evidents, o potser banals, de crear experiències sensorials en la nostra època neobarroca. També nosaltres practiquem «*le déreglement de tous les sens*» [la desregulació de tots els sentits]. La màquina d'il·lusions, en comptes de permetre'm veure l'espectacle des de fora, em porta a dins de l'escena, o fins i tot fa que m'hi vegi envoltat. Vaig allà, en el sentit literal d'anar a un lloc, entro a l'interior i, si no hi puc anar, és l'espectacle el que ve a mi i em penetra.

El 3D i la realitat virtual inverteixen la perspectiva perquè l'usuari entra a l'espectacle. En tots els mons virtuals, l'usuari és el contingut i, també, l'autèntic punt de mira de tota la representació. Jo sóc el punt de mira del projectil que em ve directe a la cara perquè l'objecte en 3D desapareix en el moment del contacte.

Avatar no és res més que un tipus de passatge pel túnel de la televisió. Hans Magnus Enzensberger explica que l'espectacle televisiu és una mena de meditació col·lectiva, la televisió per si sola és un objecte tranquil·litzant, una experiència budista. T'hipnotitza, s'empassa el teu ésser. Si això és així, i probablement ho és, el fet que estiguem augmentant la interacció amb la pantalla —ja des que es va inventar el comandament a distància— està canviant les coses o més aviat les està invertint. La interacció ha esdevingut ja una mena de penetració en les coses amb les quals s'està interactuant. La pantalla de la televisió (i qualsevol altra pantalla) proposa un iris invertit a les pupil·les de l'espectador. Es diu que les cèl·lules de l'iris són les cèl·lules del cervell tretes a fora, al món exterior. Una pantalla connectada és equivalent a un iris connectat a un sistema global de tractament de la informació i, per tant, a un cervell. A internet, l'iris invertit està fidelment connectat a un cervell, el de la xarxa, com també al dels seus usuaris. La pantalla no és res més que un passatge. En la seva profètica pel·lícula *Lladres d'anuncis* (Itàlia, 1989), Maurizio Nichetti introdueix el seu personatge principal, un director de televisió, dins de la mateixa televisió. A *Avatar* ens arribem a submergir a l'altre costat de la televisió. Estem en sintonia amb el *mantra*; així doncs, som al paradís.

L'imaginari objectiu

Tot i que per si sola *Avatar* no és interactiva, ja que és una projecció cinematogràfica, en tot cas representa un model de paper paradoxal i la possibilitat d'una experiència per a l'espectador. La primera pregunta que cal formular-se és com modifiquen els efectes en 3D la posició de l'espectador. Encara que no ens moguem, estem dins de l'escena i no tan sols al davant, i l'escena va canviant entorn del nostre cos. Per això, l'experiència que se'n deriva no és només visual, sinó també tàctil. Se'ns convida a sentir físicament els canvis de l'espai cinematogràfic. Aquesta dimensió tàctil és inherent al cinema però, en general, desconeguda. L'impacte de la imatge i, en especial, del moviment cinematogràfic, provoca una reacció muscular lleu que ajuda a la comprensió del que s'ha vist. Aquest impacte és menys lleu a les pel·lícules violentes o a les de terror, on la reacció del cos, encara que molt sensible, és del tot previsible. A *Avatar* ja no es pot negar aquesta part física de l'espectacle.

El 3D és tàctil: reforça la propiocepció i amplia totes les sensacions sensorials. Per orientar-se en el 3D, cal poder moure's; en canvi, en la perspectiva clàssica el punt de vista està bloquejat. En la realitat virtual i en el 3D l'espai és quelcom que s'utilitza com un instrument musical. El cos sencer en queda afectat. Les modulacions de l'interval entre el món i jo o entre dues persones o més pot ser de diversos tipus; però com en tota la interactivitat són variacions sobre el tacte. A més a més, aquest interval tractat pel 3D transforma en íntima la relació amb el mateix espectacle. La nostra societat ja no vol només veure un espectacle, sinó endinsar-s'hi.



<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»

Imatge 2. Fotograma de la pel·lícula *Avatar*



L'espectador vol participar, i això canvia la naturalesa del seu paper. Projectar-nos en un context imaginari és una cosa que ja fem quan llegim. La ment del lector pot escollir. A la seva ment, el lector es pot projectar com un homuncle en una escena teatral, o bé pot contemplar simplement el contingut del seu imaginari des del punt de vista intern. La seva pròpia ment crea la seva projecció, és a dir, el seu avatar. A *Second Life*, el meu avatar és una projecció de mi mateix assistida per ordinador en un ambient extern; per això, es tracta d'una projecció objectiva. L'usuari pot triar entre mirar el món virtual des del seu propi punt de vista o bé mirar-se a si mateix com un contingut, com una part de l'escena. L'avatar digital està fora del nostre cos, sobre una pantalla. Es converteix en part d'un imaginari objectiu i compartit. *Avatar* proposa un híbrid entre l'experiència de la realitat virtual i la del cinema en 2D.

En qualsevol altra pel·lícula, la relació de l'espectador amb els personatges és semblant a la que s'estableix entre un lector i els protagonistes d'una història. A *Avatar* la relació és híbrida, ja que uneix un paper actiu comparable al de *Second Life* amb el paper típic de les estratègies mentals dedicades a la ficció. *Avatar*, a més a més, ens proposa una experiència d'identificació encara més complexa.

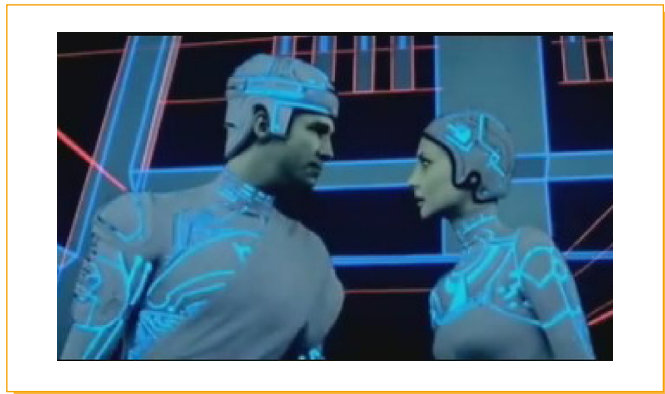
Quan llegim una novel·la o veiem una pel·lícula, ens podem projectar en personatges diferents. Però quan es tracta d'interactuar amb el món virtual, ens projectem només en el nostre personatge (en el nostre avatar). A la pel·lícula *Avatar* se'ns convida a identificar-nos amb la ideologia de Jake, amb el seu avatar. El personatge està adornat d'elements simbòlics, psicològics i socials i fins i tot de propietats tecnològiques. La pel·lícula proposa un drama de la identitat en la nostra era de reproducció electrònica.

Pinotxo 2.0

Avatar ens ofereix l'última de les nombroses imatges de la nostra iniciació en la matriu digital i del nostre renaixement consegüent. De fet, *Avatar* és en si mateix un avatar de Pinotxo, reinventat per l'era electrònica. Jake es converteix en una marioneta electrònica i emergeix d'una sèrie creixent de visions: de *Tron*, *Desafiament total*,

El tallador de gespa, *Blade Runner*, *Matrix* —tot i que de manera un pèl diferent—, *Minority Report* (Steven Spielberg, EUA, 2002), *Jo, robot* (Alex Proyas, EUA, 2004) i *Com ser John Malkovich*.

Imatge 3. Fotograma de la pel·lícula *Tron*



Tron (Steven Lisberger, EUA, 1982) presenta una espècie d'etapa «preavatar». Els protagonistes entren en els avatars, o van vestits d'ells, per dir-ho d'alguna manera. Es tracta del primer tipus d'hbridació entre home i màquina. La fusió és completa perquè l'ésser del personatge penetra en l'extensió tecnològica.

Imatges 4 i 5. Fotogrames de la pel·lícula *Desafiament Total*





<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»

A *Desafiament total* (Paul Verhoeven, EUA, 1990), una màquina en combinació amb una droga produeix la projecció al·lucinatòria en un univers diferent. Aquesta projecció sembla que és la posada en escena d'un dispositiu similar al que es relaciona amb la lectura: una consciència individual imagina una ficció. Però encara s'assembla més als mecanismes del somni, perquè el protagonista viu la projecció com si fos veritablement real.

Imatge 6. Fotograma de *El tallador de gespa*



A *El tallador de gespa* (Brett Leonard, EUA, 1992), el protagonista es transforma, mitjançant el seu avatar, d'un deficient mental a un híbrid genial però malvat; una reflexió estranyament negativa de Brett Leonard sobre l'arribada de l'era virtual. Cal dir que, en general, el cinema ha presentat una imatge negativa de la tecnologia; un exemple n'és precisament *Avatar*.

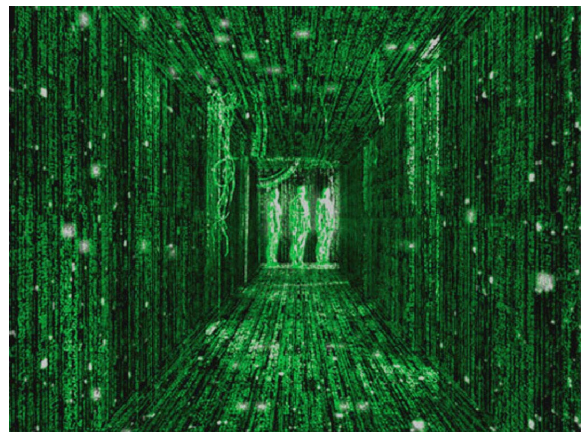
Imatge 7. Fotograma de *Blade Runner*



A *Blade Runner* (Ridley Scott, EUA, 1982), la màquina, el «replicant», és un robot dotat amb una mena d'ànima, que reivindica la seva pròpia autonomia i la independència del seu creador. El replicant no és l'avatar de ningú en concret (està més en la línia de HAL, l'ordinador parlant de *2001: una odissea de l'espai* — Stanley Kubrick, EUA / Gran Bretanya, 1968 —), però podria ser considerat un dels exemples més potents de projecció tècnica de l'ésser humà, seguint la tradició mítica del gòlem.

Possiblement, l'avatar tecnològic prové de dues novel·les, *Neuromàntic* (1982), de William Gibson, i *Snow Crash* (1992), de Neal Stephenson. A *Snow Crash*, els avatars dels usuaris es troben en el metaverso, prefiguració de Second Life deu anys abans de la seva aparició (2003). L'avatar de la novel·la de Gibson és més complex. Rep el nom de *rider* i està clarament separat del seu usuari, perquè la finalitat és dur a terme operacions perilloses en llocs inhabitables. La nova figura emergeix de la capacitat de l'avatar de transmetre sensacions i fins i tot emocions mitjançant la matriu. Per tant, l'avatar és mig màquina i mig home, material i virtual, il·lusió i realitat, sense que per això es confonguin les seves dues parts. L'expressió «jacking into the Matrix» (com també la pel·lícula del 1999) té l'origen en l'imaginari de Gibson.

Imatge 8. Fotograma de la pel·lícula *Matrix*



Matrix (Larry Wachowski, Andy Wachowski, EUA, 1999), *Desafiament total* i *eXistenZ* (David Cronenberg, EUA / Canadà, 1999) comparteixen la mateixa incertesa dels personatges per distingir el món virtual del món real. En realitat són els avatars del Quixot. Aquesta incertesa contribueix a confondre el mateix espectador. *eXistenZ* és especialment frustrant perquè en aquesta pel·lícula no se sap mai què ha passat realment, ni tan sols al final de la pel·lícula, quan tots els personatges es retroben al lloc on eren al principi. Es perd el punt de referència; certament és un cas on l'existència precedeix l'essència! A més a més, *eXistenZ*, com moltes altres pel·lícules de Cronenberg, ens presenta



<http://digithum.uoc.edu>

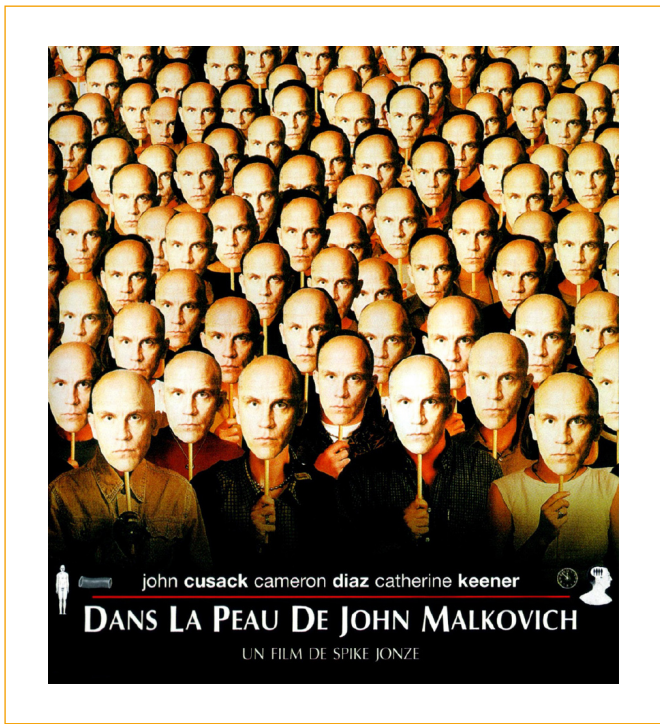
Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»

la unió completa entre l'home i la màquina. Per participar en el joc d'*eXistenZ*, els jugadors primer han de connectar la interfície a les seves vèrtebres. S'han de connectar l'entrada electrònica a la vena. D'una manera semblant, tot i que amb una connexió orgànica i no electrònica, a *Avatar* la cua s'ha de connectar amb el sistema pilòs del company (una connotació discretament eròtica) per transmetre energia i informació.

Tal com passa a *Desafiament total*, l'usuari descarrega el món virtual directament a la seva memòria, possiblement una prefiguració de les tecnologies del futur.

A *Com ser John Malkovich* (Spike Jonze, Gran Bretanya / EUA), l'usuari s'apodera del punt de vista d'una altra persona: l'actor John Malkovich deixa que una altra persona ocupi la seva ment i el seu cos, encara que sigui només per un període de temps limitat. Transformar una persona en avatar, un cas de possessió, una altra variant important de la temàtica sobre la identitat incerta.

Imatge 9. Caràtula de *Com ser John Malkovich*



Precisament en aquest cas, l'antecedent és Pinotxo, perquè la marioneta és també la que mou els fils de l'operació. De fet, els avatars de Pinotxo es troben en les pel·lícules d'avui o, més ben dit, en diferents produccions postmodernes se'n pot trobar algun fragment. La idea de la balena es troba a la matriu de *Matrix*, la marioneta a *Com ser John Malkovich*, les mentides a *eXistenZ*, la temptació del món de fantasies a *Desafiament total*, i així successivament. La força d'aquest vell mite italià es deu al fet que Pinotxo sorgeix de l'angoixa d'una societat agrícola envaïda

per la mecanització i per la industrialització. Pinotxo és la imatge autèntica de l'home mecanitzat que intenta recuperar la seva pròpia humanitat més enllà de la màquina, passant per tots els reptes de la maduració d'un nen abans d'arribar a l'estat adult, i aquest és el mateix repte que es planteja a l'home electrònic. A *Matrix*, la balena digital ja s'ha empassat tots els humans, però només alguns estan disposats a sortir i a convertir-se novament en autèntiques persones.

Tots els avatars representen diferents projeccions de les idees d'humanitat del futur en les simulacions electròniques. Tots són criatures digitals, criatures producte d'un somni tècnic. Molts d'ells senten el desig d'escapar de les limitacions del cos orgànic. Això es pot entendre perfectament en el cas del paraplègic Jake. McLuhan parlava de la nostra tendència a l'«angelisme», pròpia de la nostra època, on tot, i sovint el nostre propi cos material, es pot traduir a dades numèriques. Hi ha tants «àngels» a *Avatar*!

Un món màgic

Vivim en un món neomedieval però tecnològicament màgic, els avatars són les noves interfícies i l'iPhone és la vareta màgica. Curiosament, a les històries de Harry Potter, tant el bé com el mal resideixen en el món màgic o, en altres paraules, el món irreal conté a dins un món màgic fosc i sinistre. A *Avatar* el bé resideix en el món màgic, mentre que el mal es troba en el món «real». Això comporta implicacions per a la percepció pública actual de la vida en general. L'opinió de l'home comú (del carrer) sobre la societat en general és avui dia baixíssima, cosa que *Avatar* expressa amb una claredat absoluta.

Finalment, crec que és important reflexionar sobre l'extraordinari èxit mundial d'*Avatar* en el món actual. Certament disposa de la tecnologia 3D, però també és cert que aquesta tecnologia per si sola no afectaria la meitat del públic d'aquesta pel·lícula. Hi ha més aviat un estrany neoromanticisme en la confluència entre tecnologia, desmaterialització i naturalesa. Totes les cultures del món es poden identificar amb les diferents tribus de la narració. Totes poden patir la violència militar al servei d'interessos privats i criminals. Totes poden dubtar del valor de la tecnologia *hard*. Però la virtualitat *soft* sembla una sortida correcta i equilibrada, lluny del miasma sociopolític actual. De fet, a aquesta pel·lícula es pot aplicar perfectament l'antiga exegesi bíblica. *Avatar* és un tipus de paràbola anagògica de la lluita del bé contra el mal. Els avatars (en totes les seves formes, i no tan sols en el cas dels protagonistes de la pel·lícula) són al·legories, posseeixen atributs i poders com a les al·legories medievals. Es poden transformar per art de màgia, volar i teletransportar-se. Com a al·legories medievals que són, tenen missions per complir si volen obtenir un ordre anagògic de vida eterna. Els cors purs obtenen la victòria final i la reconquesta del paradís perdut.

<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinotxo 2.0 o «La fi de la societat de l'espectacle»

CITACIÓ RECOMANADA

KERCKHOVE Derrick de (2010). «Avatar = Pinocho 2.0 o "La fi de la societat de l'espectacle"». A: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital» [dossier en línia]. *Digithum*, núm. 12. UOC.
 [Data de consulta: dd/mm/aa]
 <<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-kerckhove/n12-kerckhove>>
 ISSN 1575-2275



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista i la institució que la publiquen (*Digithum*; FUOC); no en feu un ús comercial i no en feu obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.

**Derrick de Kerckhove**

Director del Programa McLuhan de Cultura i Tecnologia
Professor del Departament de Francès de la Universitat de Toronto
d.dekerckhove@utoronto.ca

McLuhan Program in Culture and Technology
 39A Queen's Park Crescent East
 Toronto, Ontario M5S 2C3
 (Canada)

Derrick de Kerckhove és director del Programa McLuhan de Cultura i Tecnologia i professor del Departament de Francès de la Universitat de Toronto. L'any 1975 es va doctorar en Llengua i Literatura Franceses a la Universitat de Toronto i l'any 1979 va obtenir el doctorat de tercer cicle en Sociologia de l'Art a la Universitat de Tours (França).

Derrick de Kerckhove ha guiat seminaris sobre intel·ligència connectada arreu del món, i ara presenta aquesta nova perspectiva del món empresarial, l'administració i l'entorn acadèmic per a ajudar petits grups a pensar conjuntament d'una manera sistemàtica i efectiva mitjançant tecnologies digitals. En aquesta mateixa línia, ha contribuït a l'arquitectura d'Hypersession, un programari que en aquests moments *Emitting Media* s'encarrega de desenvolupar i que s'utilitza en diferents situacions educatives. Com a assessor de mitjans de comunicació, cultura i polítiques relacionades, Derrick de Kerckhove ha participat en les sessions de preparació i pluja d'idees dels projectes del Pavelló d'Ontario de l'Expo 92 a Sevilla, l'exposició *Canada in Space* i el Centre de Teledifusió de Toronto per a la CBC.

Ha rebut del Govern francès la medalla de l'orde de Les Palmes Académiques. És membre del Club de Roma des de 1995. Entre les seves publicacions, destaquen: *Understanding* (UNESCO, 1984), *McLuhan e la metamorfosi dell'uomo* (Bulzoni, 1984), *The Skin of Culture* (Somerville Press, 1995), *Connected Intelligence* (Somerville, 1997) i *The Architecture of Intelligence* (Dinamarca, 2000).

Per a més informació sobre l'autor, vegeu: <http://www.mcluhan.utoronto.ca/derrickdekerckhove.htm>





<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica*

Tiziana Terranova

Professora associada de Sociologia de Comunicacions
Universitat L'Orientale de Nàpols
tterranova@unior.it

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Resum

En aquest article, l'autora crida l'atenció sobre alguns conceptes clau de l'economia política de la cultura digital i es pregunta si les noves teories de producció social i la cooperació solidària, en el treball d'autors com Yochai Benkler i Maurizio Lazzarato, poden oferir una alternativa a la lògica neoliberal de la competència basada en el mercat com a base per a la producció de noves formes de vida.

Paraules clau

biopolítica, cooperació, mercats, neoliberalisme, xarxes, economia política, producció social

Another Life: social cooperation and a-organic life

Abstract

In this paper the author draws attention to some key concepts of the political economy of digital culture asking whether new theories of social production and sympathetic cooperation, in the work of authors such as Yochai Benkler and Maurizio Lazzarato, can offer an alternative to the neoliberal logic of market-based competition as the basis for the production of new forms of life.

Keywords

biopolitics, cooperation, markets, neoliberalism, networks, political economy, social production

* Aquest article està en deute per alguna de les idees amb els intercanvis i simposis que van tenir lloc entre els anys 2007 i 2009 per la xarxa de la UE A Topological Approach to Cultural Dynamics (<www.atacd.net>), fundada pel 6è Programa marc de la Unió Europea, especialment el simposi dels dies 9 i 10 d'octubre de 2008, celebrat a l'Escola d'Estudis Orientals i Africans, Models i Mercats: Connectant amb el Futur. Va aparèixer una versió ampliada d'aquest article amb el títol «Another Life: The Nature of Political Economy in Foucault's Genealogy of Biopolitics» (2009).



Així, doncs, com que hi ha d'haver un imperatiu, m'agradaria que allò que sustenta l'anàlisi teòrica que volem fer fos simplement un imperatiu condicional del tipus: si vols lluitar, aquí tens alguns punts clau, aquí tens algunes línies de força, aquí tens algunes restriccions i obstruccions. [...] Per descomptat, em toca a mi i als qui treballem en aquesta direcció saber en quins camps de forces reals ens hem d'orientar per a dur a terme una anàlisi tàcticament eficaç. Però això, després de tot, és un cercle de lluita i veritat, o sigui, precisament, de pràctica filosòfica.
Foucault (2007, pàg. 3)

La idea que els mercats estan dotats d'una mena de «vida» ha estat un tema reconegudament controvertit però persistent en el debat de la dècada de 1990 sobre la «nova economia» d'internet. En cap altre camp econòmic no han estat tan crucials les idees d'autoorganització inspirades per models biològics i físics. Les teories científiques com el neoevolucionisme i la teoria del caos s'han utilitzat per a explicar el caràcter peculiar d'internet com a entorn d'informació capaç de sustentar i accelerar l'emergència de noves formes econòmiques, però també culturals i socials –una perspectiva estesa per un nou gènere de bibliografia científica popular que mai no deixa d'explicar la continuïtat del que és natural, el que és econòmic i el que és biològic (Axelrod *et al.*, 2001; Kelly, 1999).

Gran part d'aquesta bibliografia ha servit per a popularitzar la idea d'internet com una mena de «biomitjà», una nova síntesi del que és natural i el que és artificial que reforça les interpretacions neoliberals del mercat lliure. Tanmateix, alguns autors que escriuen des de la tradició liberal també han plantejat la possibilitat que internet permeti l'aparició d'una modalitat de producció «no mercantil». Aquesta modalitat de producció «no mercantil», doncs, constituiria una nova realitat econòmica –en el sentit que Foucault donaria al terme, és a dir, un element que constituiria un límit intrínsec a la governamentalitat neoliberal. La producció no mercantil, de fet, es defineix com impulsada per mecanismes de cooperació social, més que no pas competència econòmica, i com a intrínsecament més «eficaços» que la producció basada en el mercat –almenys en alguns dominis. La pregunta que aquí es planteja és si aquestes noves teories es poden veure com un suport a la formulació d'una racionalitat política alternativa o si només permetrien una millora del neoliberalisme tal com l'entenia Foucault.

Per exemple, en la seva àmpliament llegida *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* ['La riquesa de les xarxes: com la producció social transforma els mercats i la llibertat'], el professor de Dret de Yale Yochai Benkler elabora una explicació de la producció no mercantil amb una perspectiva liberal que «se centra en les relacions socials,

però que opera en el domini de l'economia, més que no pas en la sociologia» (2006, pàg. 16). Segons Benkler, l'*economia de la informació en xarxa* ha permès l'emergència concreta d'una nova realitat econòmica, la producció social, que representa una innovació genuïna quan es compara amb les altres dues formes dominants d'organització econòmica: l'empresa i el mercat. La producció social o no mercantil apareix des «del mateix centre del nostre motor econòmic», i afecta, abans que res, el sector econòmic clau de «la producció i l'intercanvi d'informació, i a conseqüència d'això, béns, eines, serveis i capacitats basats en la informació». Un canvi així suggeriria «un límit genuï en l'abast del mercat [...] creixent des de dins del mateix mercat al qual limita en els seus espais més avançats» (2006, pàg. 19). Benkler mira de descriure «empreses productives sostingudes que prenen la forma de producció descentralitzada i no basada en el mercat, i explicar per què la productivitat i el creixement són coherents amb un canvi cap a aquestes modalitats de producció» (2006, pàg. 34). La producció social mobilitza «la vida del que és social», és a dir, el poder productiu de les relacions socials entre individus lliures que actuen «com a éssers humans i com a éssers socials més que no pas com a actors del mercat mitjançant el sistema de preus» (2006, pàg. 7). Gràcies a l'economia de la informació en xarxa, la producció social hauria esdevingut directament «efectiva» (i per consegüent, productiva) com demostra l'èxit del «programari lliure, la informàtica distribuïda i altres formes de producció entre iguals [que] ofereixen exemples clars de pràctiques de compartició a gran escala perceptiblement efectives» (2006, pàg. 121).

L'element més innovador de l'anàlisi de Benkler, dins del marc de la teoria liberal, és la idea que la distància entre la naturalesa de l'economia política i de la societat civil es pot salvar amb la producció social: «ara es pot fer força més del que els éssers humans creuen per part d'individus que interactuen els uns amb els altres socialment, com a éssers humans i éssers socials, més que no pas com a actors del mercat mitjançant el sistema de preus» (2006, pàg. 7). Això produiria una nova qualitat de vida econòmica que ja no estaria basada en una separació dins de la subjectivitat de l'*homo economicus* entre interès econòmic (basat en un càlcul d'utilitats) i els interessos desinteressats, si bé parcials que, segons Foucault, la teoria política liberal va limitar a la realitat transaccional de la societat civil (vegeu Lazzarato, 2009). La vida social i la vida econòmica, doncs, trobarien un punt de convergència en què la primera ja no trobaria la seva expressió exclusivament dins de l'esfera reproductiva de la societat civil, sinó que esdevindria directament productiva en el domini econòmic. Així, doncs, estaríem davant l'aparició històrica no solament d'una nova modalitat de producció, sinó també d'un nou mecanisme –la cooperació– que alleujaria «l'enorme pressió social» que la lògica del mercat exerceix en les estructures socials existents (2006, pàg. 19). Com remarca Benkler, això no comportaria necessàriament la fi de l'anàlisi econòmic estàndard, i més específicament la interpretació econòmica del comportament econòmic humà, o la



<http://digithum.uoc.edu>

Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica

creença de la teoria econòmica en els patrons emergents produïts per la naturalesa abstracta de la vida econòmica.

«No necessitem assumir cap canvi fonamental en la naturalesa de la humanitat; no cal que declarem la fi de l'economia tal com la coneixem. [...] Els patrons de comportament i motivació que ens són familiars de les relacions socials generalment continuen essent coherents amb els seus propis patrons. El que ha canviat és que ara aquests patrons de comportament s'han fet més eficaços més enllà dels dominis de la construcció de relacions socials d'interès mutu i de satisfacció de les nostres necessitats emocionals i psicològiques de companyia i reconeixement mutus. Han passat a tenir un paper important com a maneres de motivar, informar i organitzar comportament productiu al mateix centre de l'economia de la informació» (Benkler, 2006, pàg. 91-92).

D'aquesta manera, l'explicació de Benkler de la nova realitat econòmica de la producció social conserva «la naturalesa de la humanitat» –és a dir, postulats neoliberals sobre la naturalesa de la vida social i econòmica– dins d'una nova vida econòmica integrada el motor de la qual seria la «relació social de la mutualitat» que sorgeix de les necessitats emocionals i psicològiques d'individus autònoms. La naturalesa de l'economia política també es salvaguardarà i reactualitzarà dins de la producció social, la qual cosa, tanmateix, tindria el mèrit de compensar la pressió dels mecanismes del mercat en la societat i al mateix temps recompondre almenys parcialment la divisió entre la vida social i l'econòmica.

Es podria dir que les teories de producció social com la que hem esmentat de Benkler ofereixen a l'economia liberal i neoliberal una millora de la seva lògica que no trenca significativament amb la seva racionalitat política general. La producció no mercantil, de fet, es basa en la cooperació social, però esdevé econòmicament efectiva, és a dir, assoleix l'estatus de fenomen econòmic, perquè «fa augmentar la productivitat general en els sectors en els quals és efectiva [...] i presenta noves fonts de competència per a agents ja establerts que produeixen béns d'informació per als quals ara hi ha substituïts produïts socialment» (Benkler, 2006, pàg. 122). Els mecanismes de cooperació social, d'aquesta manera, simplement corregirien algunes ineficiències inherents en els mecanismes de la competència econòmica, satisfarien les necessitats de les quals no

s'ocupen els mercats i fins i tot les alimentarien –i així milloraria la productivitat de la vida econòmica en general, ara reconfigurada com una ecologia de formes institucionals i d'organització diferents. No obstant això, la producció social esdevé perceptiblement eficaç, és a dir, adquireix el valor abstracte que la converteix en un fenomen econòmic, sempre i quan aconsegueixi estimular la innovació i, consegüentment, la competència en l'economia de mercat. Malgrat que res, en principi, no impedeix a la producció social de superar mercats competitiu com a forma econòmica més eficaç, encara sembla destinada a romandre en un paper secundari a la lògica del mercat neoliberal en general.¹

D'alguna manera, sembla com si, un cop passada pel «prisma reflexiu» de l'economia política, la producció social perdés tot el potencial per a realment produir i sustentar formes de vida radicalment diferents –que ni coexistirien ni competirien amb la governamentalitat neoliberal, però que podrien qüestionar-ne la lògica. Com va ensenyar Foucault, l'encontre entre una forma de coneixement i un fenomen social no té les mateixes implicacions que el seu encontre amb un fenomen físic. Un canvi de paradigma científic, com ara la revolució copernicana, no va afectar el moviment dels planetes, però el que l'economia política diu sobre la producció social afectarà el que acabarà esdevenint la producció social. I tot i això, res no impedeix a la producció social –és a dir, la capacitat de la cooperació social lliure de produir noves formes de vida– d'introduir un prisma reflexiu diferent –connectant-se a altres tipus de coneixement, que són menys adaptables a l'estil de vida neoliberal i que potencialment remetent a pràctiques més radicals.

La producció social i, especialment, la cooperació també són conceptes clau desenvolupats per un altre autor, Maurizio Lazzarato, que escriu amb una perspectiva molt diferent de la de Benkler, és a dir, dins d'un marc que mobilitza i amplia el marxisme mitjançant la «filosofia de la diferència» que es troba en els escrits d'autors com Bergson, Tarde, Deleuze i Guattari i també Foucault. En particular, en el seu llibre sobre la psicologia econòmica de Gabriel Tarde, Lazzarato comparteix l'argument de Tarde, formulat al final del segle XIX, que la «cooperació solidària», és a dir, una cooperació independent i creativa, és la «premissa ontològica i històrica de la producció de valor econòmic i de la divisió del treball» (Lazzarato, 2002, pàg. 8). Per a Tarde, de fet, a diferència dels economistes polítics o els marxistes, la font de riquesa no rau «ni en la terra, ni en el treball, ni en el capital, ni

1. Es podria dir el contrari utilitzant la crítica marxista de les primeres teories econòmiques de mercats autoorganitzadors: que continua falsejant l'antagonisme i l'asimetria que hi ha en l'interior de la vida econòmica, com ara la relació entre capital i treball, que podria coexistir d'alguna manera amb la nova capacitat dels subjectes de cooperar dins d'un procés econòmic que el capital no organitza directament. Si aquesta asimetria o antagonisme continua persistint en l'interior de les relacions econòmiques de producció, com ara en la relació entre els ocupadors i els empleats, llavors, de quina manera pot un subjecte que participa en totes dues parts –o sigui, en la producció social i la de mercat– assolir aquesta reconciliació? En la majoria dels casos, la reintegració de la vida social i econòmica romandria fatalment viciada i tensa. La vida econòmica subjectiva quedaria dividida: entre la força de treball, que està subjecta al control de l'empresa capitalista; un subjecte racional econòmic basat en l'intercanvi i mogut per la competència que opera mitjançant el càlcul d'utilitats en el mercat, i, finalment, un nou ésser socialment productiu, que es desplegaria dins dels nous entorns en col·laboració de l'economia de la informació en xarxa.



<http://dighum.uoc.edu>

Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica

en la utilitat, sinó en la invenció i l'associació» (2002, pàg. 8). La cooperació solidària és la base ontològica del valor econòmic un cop aquest últim s'entén en termes de producció i difusió del que és nou –és a dir, en termes de «l'emergència de noves relacions econòmiques, socials i estètiques» (2002, pàg. 8).

A més, segons Lazzarato, la cooperació solidària també implica un «vitalisme», però «un vitalisme temporal, que ja no és orgànic; un vitalisme que remet als processos virtuals i ja no exclusivament biològics» (1997, pàg. 116).² Aquesta «vida anorgànica» seria considerablement diferent de la vida de la biopolítica, ja que no faria referència a l'optimització homeostàtica dels processos vitals de la població, sinó que comportaria bàsicament la «vida de l'esperit» –és a dir, la vida de la subjectivitat com a memòria (inclosa la memòria sensorial-motora), entenent que implica els poders ontològics del temps (vegeu també Grosz, 2004).

En *Puissances de l'invention: la psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique* [Els poders de la invenció: la psicologia econòmica de Gabriel Tarde contra l'economia política] (2002), Lazzarato torna a una imatge biològica clau en la qual es pot fundar una altra teoria de producció social com a condició fonamental per a la producció de valor econòmic: el cervell. Evidentment, el cervell no s'ha d'entendre com un òrgan biològic, sinó com una imatge de pensament que fa ús de característiques peculiars del cervell com a òrgan: la indiferenciació estructural de les cèl·lules cerebrals i la seva relativa homogeneïtat malgrat la distribució de funcions més o menys específica dins de cada lòbul. Aquesta relativa homogeneïtat de les cèl·lules cerebrals encaixaria molt més bé en la descripció d'una vida social en què la segmentació regida per la divisió de treball (com de classe) o per ruptures biològiques en el contínuum de la vida (sexe, gènere i raça) coexistiria amb la capacitat de cada cèl·lula individual de participar en associacions múltiples que estan relativament des-territorialitzades de la seva funció específica.

«La igualtat i la uniformitat dels elements que constitueixen el cervell i la seva indiferenciació funcional relativa proporcionen les condicions per a una singularització més rica i més diversa dels esdeveniments que l'afecten i dels pensaments que produeix. Emancipant-se de l'òrgan, la funció produeix una nova plasticitat i una nova mobilitat, que és la condició per a una invenció més lliure. La cooperació no orgànica obre la possibilitat d'una harmonització superior i explica la tendència a la igualtat que s'oposa a la diferenciació orgànica. [...] L'intel·lecte general no és el fruit de la història natural del

capitalisme, sinó que ja és ontològicament contingut dins de l'emancipació de la divisió orgànica de les societats aristocràtiques tradicionals» (Lazzarato, 2002, pàg. 35).

La imatge del cervell duu a terme dues funcions. En primer lloc, ens permet imaginar-nos una associació en què cada element individual està lligat al mateix temps a una funció específica, però també a una dinàmica més fluïda i menys segmentada que engendra el que la teoria cultural solia anomenar *identitats múltiples*. D'aquesta manera, un pot quedar dins de la divisió del treball en el lloc de treball i al mateix temps ser part de xarxes o associacions diferents. En segon lloc, la imatge del cervell fa possible explicar una vida subjectiva que és teixida fora de les forces i dels poders específics que s'atribueixen a un cervell així: l'esforç de parar atenció, és a dir, de retenir i reactualitzar impressions, les forces de creure, desitjar, sentir i les «quantitats socials» que es produeixen (creences, desitjos, sentiments).³ Així, doncs, clarament el cervell que Lazzarato i Tarde utilitzen com a imatge per a pensar la cooperació «no orgànica» no és literalment el cervell biològic, però tampoc no és el cervell individual. Les creences, els desitjos i els sentiments, de fet, són forces en el sentit que:

«[...] circulen com fluxos o corrents entre cervells. Per consegüent, aquests últims funcionen com a relés dins d'una xarxa de forces cerebrals o psíquiques, deixant-les travessar (imitació) o deixant-les bifurcar-se (invenció) [...]. Tanmateix, d'altra banda, els fluxos de desitjos i creences sobrepassen els cervells per tot arreu. Els cervells no són els orígens dels fluxos, sinó que, al contrari, hi estan continguts. L'ontologia de la xarxa la trobem dins d'aquests corrents, dins d'aquestes xarxes de forces cerebrals, dins d'aquests poders de diferenciació i imitació» (Lazzarato, 2002, pàg. 27).

Per consegüent, el motor de la producció social no rauria dins de l'interior de l'individu autònom, sinó en l'espai intermedi de la relació social. Es constituïria mitjançant el que Lazzarato i Tarde defineixen com el *fet social primitiu*, «com a acció des de la distància per part d'un esperit (o cervell-memòria) sobre un altre esperit (en un altre cervell-memòria)» (Lazzarato, 2002, pàg. 31). Tarde defineix aquesta acció des de la distància mitjançant la metàfora de la fotografia: és una qüestió d'«impressió», una «reproducció quasi fotogràfica d'un clixé cerebral en una placa fotogràfica» (2002, pàg. 31). També s'assembla a un «acte de possessió», en què l'esperit o la mònada individual permet ser

2. És important remarcar de quina manera aquesta noció de *vida anorgànica* no substitueix la noció de vida biològica, sinó que, segons Lazzarato, constitueix el lloc d'una individuació doble. El que s'inventa en l'àmbit de la vida anorgànica, és a dir, en l'àmbit del temps i les seves virtualitats, i dins de la xarxa de forces moleculars intercerebrals, subrepresentatives, s'ha d'actualitzar en la composició concreta de cossos i en l'expressió de formes de vida noves. Els dos àmbits, doncs, són autònoms però inextricablement interrelacionats com en els dos atributs de la substància spinoziana o els dos nivells de les mònades leibnizianes (vegeu Lazzarato, 2004).

3. Per a una altra perspectiva sobre el valor de pensar culturalment i políticament per mitjà de la imatge del cervell, vegeu Connolly (2002).



<http://digithum.uoc.edu>

Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica

posseït per un altre en una relació quasi eròtica que manté diversos graus de reciprocitat i que pot tenir diferents durades.⁴

Així, doncs, per a Lazzarato i Tarde, el procés de subjectivació no es pot originar en el cervell individual, sinó que s'ha de desplegar dins d'aquestes xarxes cerebrals que són semblants a «un plec, una retenció, un gir dels fluxos cap a ells mateixos». Les metàfores de Tarde per a un procés de subjectivació com aquest són, un cop més, naturals, però decididament anorgàniques: l'ona i el mar.

«L'ona, el cervell individual, és el resultat d'un procés d'individuació dels moviments del mar, el tranquil espai dels cervells associats. L'ona es produeix al nivell de la superfície mitjançant un moviment cap endins dels corrents que travessen el mar en les seves profunditats en totes direccions» (Lazzarato, 2002, pàg. 27-28).

Com una ona, doncs, la subjectivació no seria el producte d'una individualització original, sinó que seria una qüestió de «ritmes, velocitats, de contraccions i dilatacions, en un entorn que no és mai estàtic, però que és un moviment molecular brownià» (2002, pàg. 28). Es constitueix de la mateixa seqüència d'esdeveniments que defineixen la naturalesa de l'economia política, però amb una inflexió completament diferent en què la producció de valor econòmic no pressuposa l'optimització de processos bioeconòmics, sinó la invenció i difusió de nous valors i noves formes de vida.

La idea de *cooperació solidària* proposada per Lazzarato té un valor particular, ja que fa possible pensar en la cooperació social com l'*a priori* de tots els processos econòmics, més que no pas una forma particular entre altres o una reconciliació *a posteriori* de la vida econòmica i social. De fet, diu que la vida econòmica no es pot considerar un domini diferenciat de la vida social que té subjacent. Atribueix la productivitat de la vida social a l'acció relacional de forces psicològiques o espirituals, és a dir, dins de la vida de l'«ànima o esperit». Fa possible pensar la producció de valor econòmic actual com la d'una mesura que només atrau parcialment el procés immanent de producció de valor que es desplega en l'espai intermedi de les relacions socials. Rebutja l'«exclusió de l'empatia i l'amor, fortament presents dins del socialisme utòpic» i possibilita repensar la fundació de comunitats polítiques que no es basin en interessos, sinó en creences, desitjos i afectes comuns; finalment, obre la possibilitat de pensar una racionalitat política que permeti «un politeisme de creences i desitjos que es componen mitjançant la desmultiplicació i una diferenciació del principi associatiu [més que no pas] dins d'una única i gran organització (estat o partit)» (Lazzarato, 2002, pàg. 27)

Poden aquestes teories proporcionar alternatives viables al paradigma neoliberal de la producció mercantil com la instanciació concreta d'un eidos de competència abstracte? Poden les relacions de cooperació desplaçar els mecanismes de competència com a base sobre la qual es pugui trobar una nova racionalitat política? En aquest article s'han tractat dos exemples de teories de producció o cooperació social. Les idees liberals de producció social, tal com s'exemplifiquen en el treball de Yochai Benkler, semblen obrir un model econòmic diferent per a la governamentalitat postneoliberal. Tanmateix, com que les explicacions continuen fidels a algunes assumpcions de l'economia neoliberal, tendeixen a fer que la producció social sigui secundària a la producció basada en el mercat i, així, no semblen qüestionar la governamentalitat neoliberal en general, sinó que simplement la milloren. Tot i que aquesta millora és valuosa, especialment si la comparem amb l'altra evolució contemporània de governamentalitat neoliberal, és a dir, el neoconservadorisme, sembla en última instància d'ús limitat per als qui rebutgen la força general de la vida basada en el mercat. El segon exemple, la teoria de Lazzarato de «cooperació solidària», elaborada mitjançant una filosofia de la diferència, sembla desafiar la governamentalitat neoliberal de maneres més importants. Qüestiona tant la naturalesa humana de la teoria liberal com la naturalesa formal neoliberal dels mercats com a competència. Converteix el mecanisme de la competència en només un mitjà possible d'organitzar la vida econòmica; un mitjà que, de totes maneres, sempre depèn dels poders cooperatius de la vida anorgànica associativa de l'associació. Advoca per la cooperació social com a mecanisme clau en la producció d'un valor que ja no pot ser abstractament econòmic, sinó que és inseparable dels valors subjectius i socials com els valors de la veritat, els valors de l'estètica, valors de la utilitat, valors existencials. D'aquesta manera, introdueix una ètica immanent en una vida social-econòmica en què el valor emergeix dels «poders de conjuncions i disjuncions [i] forces de composició i descomposició de relacions afectives» (Lazzarato, 2004, pàg. 24).

En aquest article aquestes teories s'han agafat com a exemples de les diferents maneres en què una nova realitat econòmica, com ara la producció social, es pot veure com un mitjà per a desafiar i repensar la naturalesa dels mercats i l'economia política. S'han agafat com relés reflexius que es poden connectar profitosament a una sèrie de pràctiques. Si es pot inventar una alternativa a la governamentalitat neoliberal, de fet, certament no serà en virtut de l'aplicació d'una teoria o fundant «una pràctica política en la veritat [...]», sinó aprofitant el pensament «com a multiplicador de formes i dominis per a la intervenció de l'acció política» (Foucault, 1984, pàg. xiv).

4. Com també ha dit Michael Taussig (1993) en un altre context, l'acció des de la distància, doncs, també seria un acte mimètic, una qüestió de «còpia i contacte» que expressaria la tendència de la subjectivitat a «esdevenir un altre».



<http://digithum.uoc.edu>

Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica

Referències bibliogràfiques

- AXELROD, Robert; COHEN, Michael D. (2001). *Harnessing Complexity: The Organizational Implications of a Scientific Frontier*. Nova York: Basic Books.
- BALL, Philip (2006). *Critical Mass: How One Thing Leads to Another*. Londres: Farrar, Straus and Giroux.
- BENKLER, Yochai (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedoms*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- FOUCAULT, Michel (1984). «Prefaci». A: G. DELEUZE, F. GUATTARI. *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*. Londres: Athlone Press.
- FOUCAULT, Michel (2001). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. Londres / Nova York: Routledge.
- FOUCAULT, Michel (2007). *Security, Territory, Population: Lectures at the Collège de France, 1977–1978*. A: M. SELLENART (ed.), G. BURCHELL (trad.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- GROSZ, Elizabeth (2004). *The Nick of Time: Politics, Evolution and the Untimely*. Durham, NC: Duke University Press.
- KELLY, Kevin (1999). *New Rules for the New Economy*. Londres: Penguin.
- LAZZARATO, Maurizio (1997). *Lavoro immateriale: forme di vita e produzione di soggettività*. Verona: Ombre Corte.
- LAZZARATO, Maurizio (2002). *Puissances de l'invention: la psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique*. París: Les Empêcheurs de Penser en Rond.
- LAZZARATO, Maurizio (2004). *La politica dell'evento*. Cosenza: Rubbettino editore,
- LAZZARATO, Maurizio (2009). «Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity, and the Reconstitution of the Social». *Theory, Culture & Society*. Vol. 26, núm. 6.
- TERRANOVA T. (2009) «Another Life: The Nature of Political Economy in Foucault's Genealogy of Biopolitics» (2009). *Journal Theory, Culture & Society 2009*. Vol 26, núm. 6, pàg. 1-29. Los Angeles, Londres, Nova Delhi i Singapur: SAGE.

CITACIÓ RECOMANADA

TERRANOVA, Tiziana (2010). «Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica» A: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital» [dossier en línia]. *Digithum*. Núm. 12. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa] ISSN 1575-2275
 <<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-terranova/n12-terranova>>



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista i la institució que la publiquen (*Digithum*; FUOC); no en feu un ús comercial i no en feu obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.

<http://digithum.uoc.edu>

Una altra vida: cooperació social i vida anorgànica

Tiziana Terranova**Professora associada de Sociologia de Comunicacions****Universitat L'Orientale de Nàpols**

tterranova@unior.it

Università degli Studi di Napoli 'L'Orientale'
 Via Partenope 10/A
 con accesso alla Via Chiatamone 61/62
 80121 Napoli

Tiziana Terranova imparteix classe, fa recerca i escriu sobre la cultura i l'economia política dels nous mitjans. Ha estudiat, ensenyat i investigat aquestes qüestions a diverses universitats del Regne Unit (com ara el Col·legi Goldsmith, la Universitat de l'Est de Londres i la Universitat d'Essex) abans d'acceptar un lloc com a professora associada de Sociologia de Comunicacions a la Universitat L'Orientale de Nàpols, d'on també és vicerectora del programa de doctorat d'Estudis Culturals i Postcolonials. És autora de *Network Culture: politics for the information age* (Pluto Press, 2004) i de diversos assajos i crítiques per a diaris, revistes i publicacions (*Il manifesto*, *Mute*, *Social Text*, *Theory, Culture and Society*). És membre de la xarxa universitària lliure italiana Uninomade; del consell de redacció de la revista italiana *Studi Culturali*, i de la revista britànica *Theory, Culture and Society*.





De la digitalització de la cultura a la cultura digital

Democràcia, innovació i cultura digital*

Rodrigo Savazoni

Periodista, productor web i realitzador multimèdia
rodrigossavazoni@gmail.com

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Resum

L'impacte de la digitalització i d'internet no afecta només la societat i l'economia, sinó que la política comença a patir una transformació. Al costat de moltes altres iniciatives, el Fòrum de la Cultura Digital Brasileira, celebrat al Brasil durant l'any 2009, és un exemple de com la democràcia es pot beneficiar de la innovació. Per mitjà d'una xarxa social digital, els ciutadans interactuen contínuament proposant i fiscalitzant les polítiques públiques. I aquest no n'és l'únic exemple. Al Brasil proliferen les iniciatives d'ús de la xarxa per a finalitats socials i culturals. Els canvis són profunds, però la intel·lectualitat i la macropolítica encara no han percebut el potencial d'aquests canvis.

Paraules clau

cultura digital, democràcia, política, digitalització

Democracy, innovation and digital culture

Abstract

The impact of digitalisation and of the internet affects not only society and the economy. Politics, too, is beginning to be transformed. Alongside many other initiatives, the Brazilian Digital Culture Forum, held in Brazil in 2009, provides an example of how democracy can benefit from innovation. By means of a digital social network, the public continually interacts, proposing and reviewing public policies. This is not the only example: our country is experiencing a proliferation of the use of the net for social and cultural ends. The changes are profound, but the intellectual and macro-political worlds have not yet realised their potential

Keywords

digital culture, democracy, politics, digitalisation

La política vaticina que els cent primers dies d'un president són decisius. Durant aquests dies, el nou dirigent marca el seu posicionament i anuncia a la societat quines prioritats té, les quals, atès l'avanç i la complexitat de la democràcia contemporània, se solen basar en un programa presentat prèviament en el període electoral.

Així va passar amb Barack Obama. Com a defensor de la llibertat de comunicació i distribució durant la cursa electoral que el va dur a la Casa Blanca, una de les seves primeres mesures va consistir a reformular el lloc web de la presidència estatunidenca, adoptant llicències Creative Commons per a tots els continguts produïts. Es tracta d'un model flexible de gestió dels drets d'autor desenvolupat a la Universitat de Stanford que permet a l'autor

* La versió original, en portuguès, d'aquest article va aparèixer publicada a *Le Monde Diplomatique* (Brasil), el mes de gener de 2010. Títol original: *Democràcia, inovação e cultura digital*.



definir l'ús de la seva producció present a internet. Obama demostrava que era un president innovador en apostar per un govern obert i transparent i, d'aquesta manera, deixava enrere la fosca època de l'administració de George W. Bush.

Tanmateix, en el món de les xarxes horitzontals la innovació és present a tot arreu. I qui realment va crear una cosa interessant per als cent primers dies del govern d'Obama va ser Jim Gilliam, activista multimèdia i productor de documentals de denúncia de Brave New Films, com ara *Wal-Mart: The High Cost of Low Price* ['Wal-Mart: L'alt cost dels preus baixos'], dirigit per Robert Greenwald. A Gilliam se li va ocórrer la idea que internet podia servir d'ajuda per identificar els principals problemes dels EUA. Valent-se de l'obertura proposada per Obama, va crear la pàgina web White House 2 ['Casa Blanca 2']. En principi, la finalitat d'aquest lloc era que qualsevol estatunidenc pogués fer una llista dels reptes a què s'enfrontava el país i exposar quines eren, al seu parer, les màximes prioritats. La intenció de Gilliam era constituir una governança virtual que oferís al president Obama un valuós instrument de consulta popular. El lloc web va ser llançat però no es va incorporar al conjunt d'estratègies de comunicació del president. Aquesta iniciativa continua en marxa i avui dia és un entorn en el qual deu mil nord-americans debaten sobre quines han de ser les prioritats del Govern actual.

Utilitzo l'exemple de White House 2 perquè és l'expressió d'un model de fer política impulsat per internet. Dues de les característiques d'aquest web són especialment representatives del context polític actual: 1) White House 2 és un projecte individual i no partidista que es col·lectivitza mitjançant la interacció i el debat en línia; 2) el seu objectiu principal és generar informació oberta i transparent que contribueixi a la pràctica social sense interactuar directament amb les estructures de poder de la democràcia representativa convencional.

II

Arribats a aquest punt, cal fer una pausa.

A principis de la dècada de 1990, es creia que internet superaria els mitjans de comunicació de masses electrònics, ineficaços perquè no propiciaven el diàleg, i que es convertiria en l'entorn ideal per exercir la democràcia. Autors de diversos corrents ideològics es van lliurar a tractar el tema de la democràcia digital. Va ser un període de gran producció teòrica sobre la qüestió. Es creia, per exemple, que els ciutadans podrien votar qualsevol projecte de llei i, d'aquesta manera, se superaria el model de representació modern. A aquest furor inicial es va unir el fet que la ciència política també dedicava més atenció al tema de la democràcia deliberativa.

Sivaldo Pereira, en el seu article «Promessas e desafios da deliberação online: traçando o panorama de um debate» ['Prome-

ses i desafios de la deliberació en línia: traçant el panorama d'un debat'], afirma que, a més de la «proximitat temporal, la democràcia deliberativa i la democràcia digital presenten també algunes preocupacions de fons comunes que es poden resumir en dos desigs compartits per totes dues:

- 1) reduir al màxim la crisi de representativitat que afecta el sistema democràtic modern
- 2) fer servir processos de comunicació mitjançats per a aquesta finalitat».

Fins a aquell moment, per a l'esquerra qüestions com ara la participació social en els processos de presa de decisions i la col·laboració entre diferents agents socials en l'elaboració de les polítiques públiques no es consideraven valors inqüestionables. Precisament per això, la comprensió de la importància d'aquests dos pilars per a l'estructuració dels sistemes democràtics és un fenomen recent que esdevé un motiu de disputa entre diversos corrents de pensament progressista, alguns dels quals encara estan atrapats en un model de planificació centralista.

Amb l'arribada d'internet, i sobretot gràcies a les possibilitats de democratització que oferia, els termes *participació* i *col·laboració* es comencen a diluir i a incorporar al vocabulari dominant de les organitzacions i els moviments socials. Una altra paraula que guanya força en aquest context és *transparència*. Aquest concepte parteix de la idea que tot sistema polític democràtic té l'obligació de facilitar al ciutadà la màxima quantitat d'informació possible, per tal que pugui prendre decisions. Sense transparència, els canals de participació i de col·laboració poden quedar reduïts a un simple artifici per neutralitzar els conflictes. No obstant això, els darrers quinze anys el debat s'ha centrat més en teories i desigs que no pas en accions pràctiques, llevat d'uns quants projectes pilot. Tot indica, però, que s'està invertint aquesta tendència i que la innovació comença a guanyar terreny.

Fi de la pausa.

III

Conèixer les iniciatives de democràcia digital en curs és una bona manera de comprendre el que hi ha en joc i com aquest entorn canviant va prenent forma.

Fa poc temps, Google Brasil, l'Institut Overmundo i la Fundació Getúlio Vargas em van convidar a participar en una tertúlia sobre ciutadania digital, que va generar una entesa inèdita entre activistes d'aquest àmbit. No sabem on ens conduirà aquesta confluència, però el diàleg ja ha estat summament enriquidor. El document elaborat per l'Institut Overmundo i pel Centre de

1. Vegeu: <www.whitehouse2.org>.



Tecnologies i Societat de la Fundació Getúlio Vargas inclou una guia molt completa de les iniciatives més importants que hi ha en marxa al Brasil i els Estats Units. A tall il·lustratiu, em referiré a algunes de les que em semblen més interessants. Prefereixo centrar-me en els exemples brasilers com una manera d'afirmar la nostra inventiva.

El projecte *WikiCrimes*² és un fenomen mundial. Es tracta d'un *mashup* (aplicació web híbrida) de dades i mapes, en aquest cas sobre delictes, dels quals s'informa de manera col·laborativa, bé amb les aportacions dels ciutadans usuaris o a partir de bases de dades públiques. La informació es mostra en un mapa, perquè es puguin veure els indrets en els quals un delicte determinat té més incidència. Té moltes utilitats: des d'ajudar els òrgans de seguretat pública fins a recomanar a la població que eviti determinats comportaments en zones de perillositat reconeguda. Aquest treball està dirigit pel professor Vasco Furtado, coordinador del Grup d'Enginyeria del Coneixement de la Universitat Federal de Fortaleza. El projecte es desenvolupa íntegrament en aquesta universitat per estudiants del grup de recerca. Recentment, alguns d'aquests estudiants, sota la supervisió de Furtado, van crear l'empresa WikiMaps, l'objectiu de la qual és oferir aquesta plataforma d'integració d'informació a qui tingui interès a elaborar «mapes socials».

Un altre projecte destacat, iniciat fa poc, és el *Transparência HackDay*, reunions en les quals participen gestors públics, periodistes i productors d'informació dels desenvolupadors (els *hackers*). Els darrers tres mesos s'han fet tres trobades, dues a São Paulo i una a Brasília. De l'intercanvi de coneixements en sorgeixen debats però d'índole eminentment pràctica, que tenen com a objectiu millorar la democràcia i l'acció pública (sigui una denúncia, una reivindicació o un instrument de gestió). El *Transparência HackDay* està organitzat per l'empresa Esfera, una de les entitats que formen part del col·lectiu de la Casa de la Cultura Digital.³

Entre les aplicacions derivades d'aquest projecte, la més interessant i reeixida fins avui ha estat el projecte SACSP,⁴ que afegeix a un mapa informació sobre el Servei d'Atenció al Ciutadà de São Paulo. El SACSP utilitza dades del lloc web oficial de l'ajuntament i genera anàlisis instantànies. Al principi, el seu èxit va suscitar reaccions negatives dins de l'empresa municipal de processament de dades. Tanmateix, més tard el desenvolupador responsable de la plataforma va ser convocat a una entrevista, arran de la qual l'empresa es va comprometre a proporcionar finançament perquè pogués oferir aquest servei que, entre altres avantatges, permet al ciutadà veure que no és l'únic que denuncia.

2. Vegeu: <<http://wikicrimes.org>>

3. Vegeu: <www.casadaculturadigital.com.br>.

4. Vegeu: <<http://sacsp.mamulti.com>>.

5. Vegeu: <<http://www.data.gov>>.

IV

Cal fer una nova pausa per a una digressió.

Quan es parla de democràcia digital sempre s'esmenta l'exemple d'Obama. L'actual president dels Estats Units ha innovat? Sí, sens dubte. A més de reformar el lloc web de la Casa Blanca, ha llançat dos altres projectes importants a Internet. Un és *Data.gov*.⁵ En aquest lloc, el Govern publica la informació en formats lliures que permeten als ciutadans encreuar dades i produir informacions del seu interès.

Resulta estrany que el món intel·lectual brasiler no s'hagi adonat del lideratge del nostre país en l'era digital ni l'hagi comprès. Els estrangers ja l'han descobert. Una prova d'això és l'entrevista que fa poc Alexandre Mathias va fer a Clay Shirky a *O Estado de S. Paulo*. Shirky, autor de *Here comes everybody* ['Aquí hi entra tothom'], és un dels escriptors més cèlebres dels Estats Units. En la seva conversa amb Mathias, destaca el paper fonamental de Brasil en la incorporació dels valors emergents de la cultura digital. No parla de tecnologia, sinó de política:

«Brasil ha estat el primer país a adaptar-se totalment a un model de coparticipació com a instrument de progrés econòmic, cultural i social. Això s'esdevé a diversos nivells, des del més baix —com ara la cultura del *funk* de la *favela*, l'essència de la qual es basa en la coparticipació— fins al més alt —com ara el fet que el president Lula digui que prefereix solucions de codi obert per als problemes del país. Altres països estan avançant en aquesta direcció, però cap no està tan avançat com Brasil».

Avui dia, Brasil disposa d'una de les comunitats de programari lliure més actives i reeixides del món. Des de l'inici del govern de Lula, aquesta comunitat exerceix una influència enorme en les polítiques i està consolidant els valors de la ideologia *hacker* al cor de Brasília.

L'altra cara de la mateixa moneda és la societat brasilera. Les xifres mostren que Brasil és pioner en l'adopció de xarxes socials en línia, com ara Orkut, Facebook i Twitter, en les quals el segon idioma més emprat és el portuguès. La cultura digital es desenvolupa per aquestes plataformes, cosa que va portar John Perry Barlow, un dels primers activistes de la llibertat a la xarxa i cofundador de l'Electronic Frontier Foundation, a dir que Brasil és «la societat en xarxa ideal».

Obama va arribar al poder el 2008. L'any 2005, el lloc web del Ministeri de Cultura brasiler ja estava adoptant llicències Creative Commons per als seus continguts, i el 2006 tots els continguts



<http://digithum.uoc.edu>

Democràcia, innovació i cultura digital

produïts per Radiobrás, l'empresa pública brasilera de comunicació, van passar a ser distribuïts utilitzant aquesta llicència.

Al llibre *CulturaDigital.BR*, escrit per mi en col·laboració amb Sérgio Cohn, vam analitzar aquest caràcter pioner de Brasil amb pensadors de diversos corrents ideològics i àrees del coneixement. Entre ells, el sociòleg Laymert Garcia dos Santos, autor de *Politizar as Novas Tecnologias* ['Polititzar les noves tecnologies']:

«El problema principal que tinc amb Brasil és que hi ha una enorme riquesa i alhora un dèficit de pensament sobre el potencial d'aquesta cultura en la nova realitat que viu la gent i, sobretot, en el nou paper que assumeix el país en la redistribució geopolítica després de l'afebliment dels mercats» [...] «L'anomenada *intel·ligència brasilera*, amb molt poques excepcions, encara no s'ha adonat del canvi evident que s'està produint, ni de les possibilitats que s'estan obrint, cosa que considero que és molt greu des del punt de vista de la política. La diferència respecte al Primer Món serà la possibilitat de captivar amb la nostra cultura, fent servir aquesta tecnologia per crear quelcom diferent d'allò que el centre, és a dir, el món euro-estatunidenc, ha fet».

Si bé la intel·lectualitat brasilera no percep els canvis, pel que sembla la classe dirigent comença a avançar en aquest sentit, tot i que lentament. Actualment hi ha tres processos en marxa que determinaran el nostre futur:

- 1) La política pública per universalitzar l'accés a la banda ampla, que el president Luiz Inácio Lula da Silva ha promès que serà la mesura final del seu govern.
- 2) La reforma de la llei de propietat intel·lectual per incorporar drets dels usuaris, avui dia la principal font de conflicte entre la cultura que emergeix de les xarxes interconnectades i la vella indústria de la intermediació del segle xx.
- 3) La construcció d'un marc civil, un marc de drets, dels usuaris d'Internet, proposat pel Ministeri de Justícia.

L'articulació d'aquests tres elements dona lloc a una conjuntura que pot portar Brasil a respondre als canvis socials que s'estan produint arreu del món a una velocitat incomparable a la d'altres països.

Fi de la pausa.

V

Molts dels projectes de democràcia digital, inclosos els que hem esmentat abans, es basen en un nivell d'interactivitat encara molt primitiu. Són mecanismes simples de deliberació en els quals el

ciudadà pot elegir entre una opció o una altra. És a dir, pot votar. Aquest és el cas del Pressupost Públic Digital de Belo Horizonte (Minas Gerais). Com a iniciativa pionera, el Pressupost Participatiu Digital de la capital minera va permetre als ciutadans triar una obra perquè l'ajuntament l'executés. Va ser un plebiscit virtual inèdit al món.

La proposta del Fòrum de la Cultura Digital Brasileira, iniciada el juny de 2009 i encara en desenvolupament, és d'un altre tipus. El que es pretén amb aquest procés és aprofundir en la interactivitat i crear un instrument col·laboratiu d'elaboració de polítiques públiques.

L'Estat brasiler, redemocratitzat, s'ha valgut de diversos mecanismes per garantir que la veu de la societat es faci sentir directament en el procés d'elaboració de les polítiques de transformació del país. Entre aquests mecanismes destaquen les Conferències Nacionals, portades a terme respectant el Pacte Federal (amb etapes municipals, estatals i federal) i que serveixen com a element estructurador de polítiques sectorials. La majoria de les conferències estan supervisades per un consell, que és el responsable d'assegurar l'aplicació de les directrius definides per la societat i de la fiscalització de les polítiques que es proposin i es portin a terme.

A més de les conferències, altres mecanismes de participació són les consultes públiques (presencials i virtuals), les audiències públiques, els seminaris i els fòrums. Els fòrums són espais de debat, articulació, col·laboració i planificació col·lectiva, generalment de caràcter consultiu amb relació al poder públic, que tenen com a objectiu reunir diferents agents d'un o més sectors socials i que poden ser permanents o temporals.

El Fòrum de la Cultura Digital Brasileira forma part de les iniciatives de participació social, però es distingeix de totes les altres en el fet que utilitza internet de manera radical com a part de la seva metodologia. En realitat, aquest fòrum està totalment estructurat sobre la plataforma *CulturaDigital.BR*,⁶ un lloc web de xarxa social que el desembre de 2009 ja tenia més de 3.200 usuaris, 160 grups de debat i prop de 300 blocs actius. En aquesta xarxa, els ciutadans debaten sobre temes de l'era digital d'una manera oberta i horitzontal.

El novembre, durant el seminari internacional del fòrum, que va convertir en presencials trobades que ja s'estaven fent en el món virtual, es van elaborar i entregar al ministre de Cultura, Juca Ferreira, documents amb directrius per a la definició de polítiques de cultura digital. Posteriorment, aquests documents es van retornar a la plataforma i continuen essent objecte de debat.

Aquest any s'estan duent a terme diverses iniciatives noves, entre les quals hi ha la proposta de creació d'una governança col·laborativa per a la cultura digital mitjançant la constitució d'un consell basat en la xarxa social *CulturaDigital.BR*, el qual també tindrà veu en el Consell Nacional de Polítiques Culturals.

6. Vegeu: <www.culturadigital.br>.



<http://digithum.uoc.edu>

Democràcia, innovació i cultura digital

En vista de l'experiència dels primers mesos, es pot afirmar que la característica principal del Fòrum de la Cultura Digital Brasileira és ser un espai d'expansió i no de síntesi, una cosa que ja estava prevista des del principi.

Les repercussions de la tecnologia digital són enormes i poc compreses. Així, doncs, és necessari trobar els interlocutors adequats i disposats a concebre polítiques per a aquesta era de transició, sabent que no formaran part d'un moviment amb punt inicial, mitjà i final.

Referències bibliogràfiques

- ALEXANDRE, Mathias (2009) «A mudança sequer começou». Entrevista a Clay Shirky. *Estado de S. Paulo*. (8 de nov de 2009).
- PEREIRA, Sivaldo (2008) «Promessas e desafios da deliberação online: traçando o panorama de um debate» A: V Jornadas de Comunicació i Democràcia entre grups d'investigació de la UFB i la UFMG. Encontro.
- SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (2009) *Cultura Digital.br*. Azogue Editorial.
<<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/09/cultura-digital-br.pdf>>

CITACIÓ RECOMANADA

SAVAZONI, Rodrigo (2010). «Democràcia, innovació i cultura digital». A: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital» [dossier en línia]. *Digithum*, núm. 12. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa] <<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-savazoni/n12-savazoni>> ISSN 1575-2275



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista i la institució que la publiquen (*Digithum*; FUOC); no en feu un ús comercial i no en feu obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.

**Rodrigo Savazoni****Periodista, productor web i realitzador multimèdia**

rodrigossavazoni@gmail.com

Fli Multimídia

Vitorino Carmilo, 459, Barra Funda
São Paulo (Brasil)

Periodista, productor web i realitzador multimèdia. És director de Fli Multimídia (<<http://flimultimedia.com.br/>>), empresa creada amb André Deak i Lia Rangel i que té com a clients, entre d'altres, la Xarxa Nacional d'Ensenyament i Recerca brasilera i CPFL Cultura. Així mateix, és membre de la direcció del Laboratori Brasiler de Cultura Digital. És un dels creadors de la Casa de la Cultura Digital (<www.casadaculturadigital.com.br>), un espai d'intercanvi i creació que aplega empreses i ONG relacionades amb la cultura contemporània. És membre de la Coordinació Executiva del Fòrum de la Cultura Digital Brasileira i director de continguts de la plataforma col·laborativa CulturaDigital.BR (<<http://culturadigital.br/>>). És coautor de *Vozes da Democracia* (Imprensa Oficial, 2007) i *Cultura Digital.Br* (Azougue, 2009). Va rebre el premi Vladimir Herzog de drets humans 2008 en la categoria internet pel documental web interactiu *Nação Palmares* i el premi Estadão 2008 en la categoria integració/multimèdia pel projecte *Vereador Digital* ['Regidor digital']. És col·laborador de diferents publicacions alternatives, com ara la revista *Fórum*, la revista *Caros Amigos*, l'agència Carta Maior, la revista *Nova-e* i la revista *Terra Magazine*.



<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalització de la cultura a la cultura digital

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia i la cultura: reptes per al sector cultural

Aleksandra Uzelac
 Institut per a les Relacions Internacionals (Zagreb, Croàcia)
auzelac@irmo.hr

Data de presentació: abril de 2010

Data d'acceptació: abril de 2010

Data de publicació: maig de 2010

Resum

La cultura digital és una noció nova i complexa. Les tendències digitals d'avui s'han entremesclat cada cop més amb el món de la cultura i les arts, implicant diferents aspectes de convergència de les tecnologies culturals, dels mitjans i de la informació, i influint noves formes de comunicació. Les noves possibilitats creades per les tecnologies digitals –la connectivitat global i l'aparició de noves xarxes– desafien la nostra manera tradicional d'entendre la cultura i l'estenen també a la cultura digital. Aquest article observa la cultura digital com una nova ecologia social que condiona les experiències i les oportunitats dels ciutadans d'avui, on les tecnologies digitals i l'entorn de les xarxes digitals han portat noves pràctiques, possibilitats i amenaces, en les quals el sector cultural ha de trobar els mitjans adequats per treballar.

Paraules clau

cultura digital, tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC), xarxes digitals, convergència, pràctiques culturals

Digital culture as a converging paradigm for technology and culture: Challenges for the culture sector

Abstract

Digital culture is a new and complex concept. Digital advances are increasingly interacting with the world of culture and the arts, leading to a convergence of technologies, media and information and shaping communication modes. The new possibilities offered by the digital technologies —namely, global connectivity and the emergence of new networks— challenge our traditional understanding of culture and make it necessary for us to take on the board the concept of a digital culture. This article views digital culture as a new social system that determines experiences and opportunities for the citizens of today. Digital technologies and the networked environment have introduced new practices, opportunities and threats, and the culture sector needs to find appropriate ways for operating in this new reality.

Keywords

digital culture, information and communication technologies (ICTs), digital networks, convergence, cultural practices



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia...

Cultura i comunicació en l'era informàtica

La societat d'avui està marcada pel ràpid desenvolupament dels recursos de comunicació i informació i moltes vegades es refereix a ella mateixa com a era informàtica. L'abast dels canvis en la societat actual es reflecteix en la menció a la «revolució» informàtica, en comptes de parlar de l'«evolució» que està tenint lloc i que afecta aquests canvis. La globalització (la integració de comerç, inversions i mercats financers), reforçada per les TIC i la infraestructura de les xarxes digitals, defineix un model de desenvolupament en les societats modernes cada vegada més interdependent. Això té la seva base en l'economia industrial, en la qual l'economia centrada en la informació i la producció cultural¹ va tenir molta importància en els segles XIX i XX, com també en els sistemes de comunicacions (telèfon i telègraf, premsa de gran circulació, ràdio i televisió, internet, etc.), que permeten la distribució de comunicació i informació a gran escala, transcendent a la comunitat local immediata. Fins ara, els processos de globalització econòmica no han repercutit en el desenvolupament just i equitatiu dels països i les regions, i el ràpid desenvolupament tecnològic no ha donat com a resultat cap reducció en les diferències socials o en la divisió entre regions riques i pobres.² La discussió sobre quin tipus de societat estem creant continua: ¿És una «societat del coneixement» democràtica, pluralista i inclusiva, o és una «societat informàtica» comercialitzada, en la qual la informació s'ha convertit en mercaderia? La diferència principal entre ambdues està marcada per la posició que ocupen la informació, el coneixement i la cultura dins de la societat. ¿La informació i el coneixement com una xarxa comuna de recursos culturals que hem creat conjuntament, i per tant hem de compartir conjuntament, o la informació i el coneixement com un producte bàsic que s'ha de posseir i controlar de manera privada? (Uzelac, 2008).

Cultura, comunicació i informació són conceptes relativament propers. Don Foresta posa en relleu dues definicions de cultura que ofereix el Diccionari Webster (Foresta *et al.*, 1995, pàg. 10). La primera defineix la cultura «com un model integrat de coneixement, creença i comportament humà que depèn de la capacitat de l'home perquè el coneixement sigui après i transmès a les generacions posteriors». I la segona: «com un conjunt de creences, normes socials i trets materials tradicionals d'un grup racial, religiós o social». Segons Foresta, la diferència de conceptes entre

ambdues definicions és que la primera s'ocupa del coneixement i de com es transmet, i la segona es refereix als valors i a les normes acordades en una comunitat que regeixen sobre el comportament i les relacions de les persones. Els nous coneixements poden influir en les creences tradicionals i l'abast d'aquesta influència depèn «dels sistemes de comunicació disponibles i en ús, i del contingut d'aquestes formes de comunicació» (Foresta *et al.*, 1995, pàg. 10).

Solem pensar en la informació i en la comunicació de manera tècnica i instrumental —en forma de dades i transmissió de dades. Però també són fenòmens socials. Diversos autors descriuen els continguts de la informació com a productes culturals i entenen el concepte de comunicació en un sentit més ampli que la simple transferència de missatges, freqüentment destacant que la comunicació es refereix a «un procés d'intercanvi, a una manera de fer comuna o a un intent de crear una comunitat» (Hamelink, 2003, pàg. 155) o al manteniment de la societat a través del temps per mitjà de la representació de les creences comunes (Carey, 1992). Segons Pasquali (2003, pàg. 198) les paraules *comunicació* i *informació* sempre es refereixen a l'essència de les relacions comunitàries i humanes. Per a Hamelink (2003, pàg. 124) els continguts d'informació són productes culturals i la informació forma part de l'entramat cultural d'una societat. Entre les qüestions importants d'aquesta dimensió hi ha la de compartir el coneixement i protegir la identitat cultural. La centralitat de la informació per a la cultura és visible en les característiques de la informació, que Benkler (2006, pàg. 36) descriu com un bé no rivalitzant, la qual cosa significa que «el seu consum per una persona no la fa menys disponible per al consum d'una altra», i en el fet que la informació, en el seu mateix procés de producció, és alhora entrada i sortida. La informació no es gasta en la seva comunicació amb els altres, més aviat es preserva. Aquestes característiques ens porten a entendre la cultura i la informació com a béns inherentment públics. Les expressions culturals, com el llenguatge, són sistemes de signes per a la comunicació i, mitjançant codis culturals comuns, les persones construeixen la comprensió pròpia del seu entorn i creen significats compartits. D'aquesta manera, quan parlem de cultura, la comunicació és implícita. Com afirma Foresta, «la cultura és memòria, memòria col·lectiva, que depèn de la comunicació per a la seva creació, evolució i preservació» (Foresta *et al.*, 1995, pàg. 19).

1. En aquesta economia de la informació industrial podem incloure, per exemple, la ciència, el programari, els serveis financers, la comptabilitat, i les indústries de mitjans, cinema i música (Benkler, 2006).
2. Les desigualtats d'ingressos a escala mundial estan creixent, la qual cosa també afecta les oportunitats que poden tenir els ciutadans de diferents països. Segons Boyd-Barret (2004), el 1997 el 20% de la població més rica del món, que viu als països d'ingressos més elevats, va representar el 86% del PIB mundial, el 82% de les exportacions de béns i serveis, el 68% d'inversions estrangeres directes, el 74% de totes les línies telefòniques del món i el 91% dels usuaris d'internet. El 20% de la població més pobre va representar l'1% del PIB mundial, l'1% dels mercats d'exportació, l'1% d'inversions estrangeres directes, l'1,5% de les línies telefòniques i menys de l'1% d'usuaris d'internet. Una dècada després, no s'observen grans canvis en aquesta tendència.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia...

La cultura digital entre cultura i tecnologia

El coneixement cultural sempre s'ha comunicat i, per tant, s'ha preservat mitjançant les nostres estructures de comunicació cultural. Per aquesta raó, les tecnologies disponibles han estat sempre un element important que ha permès i ha facilitat els processos de creació, intercanvi i preservació de la nostra memòria cultural. «Sense tecnologies de registre d'algun tipus (tauletes, paper, cera, impremta mecànica, analògica i electrònicodigital, i així successivament), no existirien cap de les cultures en les quals vivim» (Lister *et al.*, 2009). La influència de les tecnologies de la comunicació en la nostra cultura és significativa, ja que la nostra forma d'usar-les pot afectar els canvis en l'essència dels nostres models culturals i de comunicació. Per aquesta raó, les tecnologies relacionades amb la informació i la comunicació no poden considerar-se instruments passius, sinó sistemes interactius que modifiquen radicalment les nostres capacitats cognitives (Dascal, 2006). Distingim les eres culturals segons la tecnologia de comunicació utilitzada. En la *cultura oral*, la transferència del coneixement només podia produir-se en la comunicació directa. La *cultura escrita* ens va permetre preservar certs tipus de coneixement per separat o el record d'una persona en particular i ens va donar la possibilitat d'enviar missatges escrits a través de l'espai i registrar-los (i preservar-los) per a les èpoques futures. La *cultura de la premsa i la radiodifusió* va permetre la distribució en massa de missatges de fonts centralitzades. Avui parlem de *cultura digital*, internet i els seus aspectes participatius, convergència, intel·ligència ambiental, etc.

La idea que la tecnologia exerceix un impacte en diferents aspectes de la nostra cultura pot semblar excessivament simplificada i molt determinista, però no és del tot incorrecta. La tecnologia no afecta linealment la nostra societat, sinó que, en combinació amb molts altres elements, crea condicions de possibilitat «que suggereixen futurs possibles en comptes de determinar-los» (Hawk *et al.*, 2008). Podem afirmar que totes les tecnologies intervenen en l'entorn humà i el modifiquen fins a cert punt, canviant així les condicions d'existència de diferents cultures (de manera més o menys radical). Permeten que certes pràctiques quedin obsoletes mentre que d'altres, anteriorment més difícils i impracticables, siguin possibles i fàcils d'assolir. Som conscients que els canvis que han tingut lloc en les societats actuals estan en part relacionats amb la introducció de les TIC en les nostres vides. L'entorn digital en el qual vivim és pertot arreu, les tecnologies digitals estan presents en tots els aspectes de la nostra vida. Actualment usem tecnologies digitals gairebé sense adonar-nos, estan presents en tots els segments del comerç, ja que donen suport a les nostres

transaccions financeres. També estan presents en la producció mediàtica i cultural d'avui dia, que sol distribuir-se de manera digital. Charlie Gere suggereix que l'abast de la presència de la tecnologia digital en les nostres vides assenyalava l'existència d'una cultura digital. Gere afirma que la digitalització pot considerar-se un marcador de cultura perquè comprèn els artefactes i els sistemes de significació i de comunicació que tan clarament demarquen l'estil de vida contemporani. (Gere, 2002, pàg. 12). Això indica que la tecnologia no és perifèrica a l'anàlisi de la cultura sinó que, de fet, n'és l'element central. Entorns tecnològics cada cop més complexos comencen a establir un diàleg amb tots els actors de la nostra producció cultural. Les complexes tecnologies que usem en l'actualitat no es poden considerar simples eines que ens ajuden a ultrapassar certes limitacions, sinó que s'han d'entendre com a entorns.

Avui dia, l'espai virtual forma part de la nostra experiència i de la nostra «geografia». Ha introduït alguns conceptes nous i ha desplaçat certs límits estables, que hem hagut d'aprendre a abordar. Hem après quins són els nous mitjans (Manovich, 2001) i què significa ser virtual (Lévy, 2001). Els termes *cultura digital*, *cultura virtual*, *cultura electrònica*, etc. són relativament nous i avui s'usen àmpliament en la bibliografia científica i popular. Investigadors de diferents disciplines han examinat l'impacte d'aquests nous mitjans en diferents aspectes socials de l'espai virtual i l'esfera real. Tot i que estan interrelacionades, ja que ambdues emmarquen la nostra experiència, les esferes real i virtual solien estar clarament delimitades, però a mesura que les tecnologies digitals continuen avançant cap a la miniaturització, incorporant elements basats en TIC en el nostre ambient,³ els límits ja no són tan clars. S'està produint un altre canvi: la nostra experiència amb les tecnologies digitals s'està desplaçant del primer pla virtual al rerefons material. Així, més que ser no real, la virtualitat comença a adoptar el significat d'un aspecte tàcit de la realitat material (Hawk *et al.*, 2008). Això significa que la realitat també s'ha transformat en un espai d'informació en el qual els objectes materials s'han convertit en objectes mediàtics, ja que potencialment poden convertir-se en informació que flueix a través de les xarxes globals. Termes com *intel·ligència ambiental*, *computació ubíqua* i *l'internet de les coses* s'han incorporat recentment a les discussions sobre cultura digital, la qual cosa indica que la cultura i la cultura digital evolucionen i s'interrelacionen cada vegada més a mesura que emmarquen les nostres experiències –cada cop més a prop l'una de l'altra. El sector cultural està buscant un nou *modus operandi* en aquestes noves condicions marcades pels processos de convergència, que, com la cultura digital, permeten que els canvis se situïn en un primer pla.

3. Els GPS, els RFID i els telèfons mòbils són alguns exemples d'aquest canvi en el qual la capa d'informació està inserida en el nostre món material.



<http://dighum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia...

Convergència, la realitat connectada i la posició dels usuaris: reptes per al sector cultural

Les tecnologies digitals, en combinació amb la infraestructura de xarxa distribuïda per internet, han permès amplis canvis en tots els aspectes de la nostra vida i de la nostra feina.⁴ El preu moderat dels ordinadors i de les connexions en xarxa ha comportat la reducció dels costos de producció i de distribució i la disponibilitat de nous canals de comunicació i de lliurament. L'espai virtual té menys límits i unes característiques diferents que l'espai real. La digitalització ha facilitat el procés de convergència de mitjans. Quan, mitjançant una única tecnologia digital, les indústries de mitjans, telecomunicacions i informàtica, que abans estaven separades, van poder fer coses per a les quals anteriorment necessitaven diferents eines analògiques, van canviar les limitacions a les quals s'enfrontaven en les seves activitats en el món real. Això significa que la convergència és alguna cosa més que un simple canvi de tecnologia, ja que afecta els canvis que configuren les relacions d'una societat. Jenkins (2006, pàg. 17) assenyala que la convergència altera les relacions entre tecnologies, indústries, mercat, gènere i públics existents. La convergència altera la lògica amb què operen les indústries mediàtiques i la lògica amb què els consumidors de mitjans processen notícies i entreteniment.

La convergència ha permès que es produeixin diferents processos econòmics i socials. D'una banda, després d'haver eliminat els límits físics entre els diferents mitjans en l'entorn digital, les indústries culturals i de mitjans tenen assegurat un flux estable de continguts entre diferents plataformes, de manera que econòmicament la fusió tenia sentit. La tendència a la concentració de la propietat dels mitjans en la societat actual està en expansió contínua. Les indústries culturals i mediàtiques exerceixen una poderosa influència en múltiples esferes públiques, la qual cosa, en certa manera, permet donar forma a la realitat popular, però segons Deuze, amb un objectiu deliberat de vendre el públic com a demografia objectiu als anunciadors (Deuze, 2007). D'altra banda, l'entorn digital connecta o facilita la participació dels usuaris en l'esfera digital. Segons Deuze (2007, pàg. 247), sembla que les mateixes tecnologies de la comunicació que permeten interactivitat i participació promouen la consolidació i el creixement d'un sistema corporatiu de mitjans globalitzat, del qual es pot dir qualsevol cosa menys que és transparent, interactiu o participatiu. Aquesta situació també es pot llegir a la inversa i podria dir-se que les xarxes digitals ofereixen diverses plataformes alternatives

per a la comunicació, la qual cosa canvia la posició dels mitjans de comunicació massius tradicionals i en modera el poder. Avui dia, amb la immensa quantitat d'informació disponible a internet, l'usuari interessat pot trobar una diversitat de perspectives sobre qualsevol tema que aparegui a Google. Aquesta informació procedeix de múltiples fonts –els mitjans tradicionals, el sector lucratiu, les ONG, la comunitat d'investigadors, els sectors culturals i educatius, etc.

Aquesta diversitat d'informació i perspectives és producte d'allò que Benkler (2006) denomina *l'economia de la informació en xarxa*, en la qual la producció i l'intercanvi per grups tenen un paper important. Benkler suggereix que una de les majors implicacions de l'economia de la informació en xarxa és el canvi experimentat en passar d'una esfera pública sotmesa a la comunicació massiva a una esfera pública en xarxa, en la qual moltes més persones poden comunicar els seus punts de vista i les seves observacions a moltes altres persones. Aquest fet implica que les capacitats pràctiques de les persones han millorat en l'entorn digital en xarxa. Tothom pot participar amb les seves crítiques i preocupacions en els debats actius, elaborar i publicar informació en blogs i pàgines web de producció pròpia, o contribuir a projectes de producció en grup a gran escala (*Viquipèdia*). Aquesta situació també modifica la posició del sector cultural. En l'explosió d'informació i comunicació disponible que té lloc en l'entorn digital en xarxa pot trobar-se informació sobre cultura en moltes i diferents fonts –tant d'aficionats com d'experts– i les organitzacions culturals s'han trobat que han de competir per captar l'atenció dels usuaris i han de tenir en compte els canvis d'hàbits i les seves expectatives.

Amb eines accessibles llestes per ser utilitzades, els usuaris van començar a emprar-les de diferents maneres i així van sorgir noves pràctiques. La cultura digital és una cultura participativa en la qual els usuaris no solament consumeixen informació, sinó que hi contribueixen de diferents formes. Aquest canvi s'ha fet especialment visible no fa gaire, quan el web 2.0 o el programari social han passat a ser un fenomen prominent. Blogs, wikis, llocs de xarxes socials, webs d'intercanvi de fotografia i vídeo i diversos serveis d'igual a igual són exemples molt populars d'aquesta tendència. Aquestes plataformes participatives presenten poderosos espais en xarxa per a la (re)construcció de la vida social, en la qual les motivacions socials, polítiques i culturals prevalen davant d'altres basades en el mercat. Segons Benkler (2006, pàg. 60) en l'economia de la informació en xarxa, les formes de producció en grup basades en la comunitat i no en el mercat tenen un paper més important que en l'economia de la informació industrial, ja que les condicions per a la producció d'informació són molt àmplies i possibiliten noves modalitats d'organització

4. El ràpid creixement d'internet, en nombre d'usuaris, disponibilitat d'informació i serveis als quals es pot accedir, indica la importància de les activitats que tenen lloc en el domini virtual. Segons les dades de www.internetworldstats.com (30 de juny de 2009), actualment hi ha uns 1.670 milions d'usuaris d'internet arreu del món, la qual cosa es tradueix en prop del 25% del total de la població mundial. Segons la mateixa font, el creixement d'usuaris entre 2000-2009 ha estat del 362,3%. Un creixement tan ràpid comporta canvis molt ràpids i no és fàcil avaluar les tendències passades ni predir-ne les futures.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia...

productiva: radicalment descentralitzades, col·laboratives i sense drets de propietat; basades en l'intercanvi de recursos i resultats entre persones àmpliament disperses i lliurement connectades, que cooperen mútuament sense dependre de les indicacions del mercat ni d'ordres administratives.

Aquesta producció social presenta noves fonts de competència per a les indústries culturals en la «creació» de béns d'informació. És important que el sector cultural entengui el nou context en què els usuaris són alhora competidors i cocreadors d'informació cultural. La plena comprensió de les oportunitats que presenta la producció social contribuiria a l'establiment de relacions de reforç mutu amb institucions del sector cultural, ja que la producció social està creant noves fonts d'entrada, noves expectatives, hàbits i gustos, com també noves oportunitats de producció. Com sosté Benkler, els consumidors estan passant a ser usuaris –més actius i productius que els consumidors en l'economia de la informació industrial (Benkler, 2006, pàg. 126). En aquest context, els professionals de la cultura es troben en una situació en la qual més o menys comparteixen el control amb els seus usuaris i han de trobar els mitjans apropiats per adaptar les pràctiques de treball i redefinir les activitats.

Xarxes digitals: eines de comunicació i cooperació per als professionals culturals

Avui dia, tots treballem en condicions de xarxa. Tots usem internet i tots som membres de diferents xarxes culturals. La cultura actual d'internet sembla ser la cultura dominant, en la qual és més fàcil aconseguir una mobilització social emprant les eines de xarxa. A mesura que els artistes, investigadors i professionals de la cultura queden atrets pel paradigma de les xarxes, ens hem de preguntar què passa quan les xarxes passen a ser la força impulsora de les nostres activitats diàries. Quines són les eines apropiades per a la col·laboració que pot fer servir el sector cultural? Poden oferir les xarxes un espai per a l'intercanvi i la producció del coneixement sostenible?

L'impacte de les tecnologies digitals ha tingut un efecte transformador en tots els aspectes de la cultura, en línia i fora de línia. És un paisatge que canvia contínuament, en el qual hem de tenir clar què volem fer i per a qui. En molts sentits, el sector cultural es troba encara a l'inici del viatge d'explotació i d'ús d'aquestes tecnologies. Tot i així, no pot quedar-se'n al marge si vol mantenir el contacte amb els seus usuaris. Comentant els canvis que ha provocat la cultura digital, Paul Graham, en el seu article «Post-medium Publishing»⁵, afirma: «Quan veus quelcom que està

aprofitant la nova tecnologia per donar a la gent allò que vol i que abans no tenia, probablement estàs veient un guanyador. I quan veus quelcom que simplement està reaccionant davant de la nova tecnologia intentant preservar una font d'ingressos existent, probablement estàs veient un perdedor». Per això és important que el sector cultural entengui tots dos casos: les possibilitats de les xarxes i les motivacions i els interessos dels usuaris.

El sector cultural és l'àmbit que custodia i transmet la nostra memòria cultural registrada en diferents formes (literatura, arts plàstiques, música, etc.). Per mantenir-la culturalment viva (és a dir, perquè no caigui en l'oblit), s'ha de comunicar al públic i el públic ha de ser capaç d'apropiar-se d'aquest contingut i usar les referències relacionades en els processos de comunicació i creació. Un dels aspectes fonamentals de la nostra memòria cultural és l'accés a la cultura. Hem de ser conscients que les vies d'accés i de participació estan canviant constantment i que les xarxes digitals ofereixen avui noves oportunitats que el sector cultural hauria d'aprofitar. Tot i que les institucions culturals clàssiques són importants per accedir als serveis culturals, hem de reconèixer i donar suport a noves vies d'accés al públic cultural que avui s'incorpora a l'experiència cultural que es desenvolupa en l'entorn en línia (principalment fora dels recursos virtuals del sector cultural). És evident que estan emergint noves pràctiques a partir de les possibilitats que ofereixen les xarxes digitals. El sector cultural no pot fer cas omís dels canvis. Els usuaris han canviat els hàbits, les expectatives i les pràctiques, per la qual cosa les institucions culturals també s'han d'ajustar al funcionament connectat en xarxa.

Aprofitar l'ambient de xarxa digital per arribar al públic no significa simplement anunciar els nostres esdeveniments culturals en línia, sinó millorar les nostres experiències culturals fora de la xarxa i disseminar el contingut cultural mitjançant els diferents formats que els usuaris empren avui a la xarxa. El llançament de The Commons a Flickr⁶ el 2008 és un exemple de com les institucions de patrimoni cultural han posat les seves col·leccions fotogràfiques en el domini virtual d'una forma completament innovadora: fent servir un web d'intercanvi de fotografies i permetent al públic interactuar amb la col·lecció i agregar-li valor (i d'aquesta manera, connectar les persones i les seves experiències amb el contingut cultural en línia). En permetre'ls crear la frontera d'una determinada col·lecció o institució, els usuaris poden accedir al conjunt de The Commons a Flickr de la manera que desitgin: poden fullejar els continguts, agregar etiquetes o comentaris, restaurar fotografies i compartir mitjançant altres xarxes el contingut que més els agradi i vulguin comentar amb els altres. D'aquesta manera, el patrimoni no queda tancat als arxius de les institucions culturals, sinó que es difon i amplia la visibilitat de les col·leccions originals.

5. Vegeu P. Graham (2009).

6. Vegeu: <www.flickr.com/commons/>.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia...

No sembla gran cosa que les col·leccions fotogràfiques de diverses institucions culturals estiguin disponibles fora dels seus llocs web –en un lloc d'intercanvi de fotografies– i que puguin obrir-se per agregar etiquetes o comentaris dels usuaris i per compartir el contingut amb els altres. Però encara hi ha moltes institucions culturals que lluiten per permetre que els usuaris interactuïn amb el contingut que tenen en el seu dipòsit i puguin compartir-lo amb els altres. El *sharism* ['intercanvi'] és un nou fenomen que va sorgir quan l'entorn de xarxa va presentar noves oportunitats als usuaris. En l'actualitat, l'aparició de xarxes socials en combinació amb les tecnologies mòbils exerceixen un gran impacte en com s'intercanvia la informació i es construeix el coneixement. El contingut cultural ha de formar part d'aquest procés d'intercanvi i de comunicació per continuar adaptant-se a la definició citada al principi d'aquest article: «la cultura és memòria, memòria col·lectiva, i depèn de la comunicació per a la seva creació, evolució i preservació». Per aquesta raó el sector cultural hauria de traslladar els seus continguts allà on la gent és en línia (xarxes socials, llocs d'intercanvi de fotografia o vídeo, etc.) i aprofitar les oportunitats que sorgeixen en el context de les xarxes digitals. Això no significa abandonar els webs institucionals, sinó ampliar-ne l'abast utilitzant l'accés a la xarxa i reconeixent que l'impacte que es pot obtenir per mitjà d'una xarxa ultrapassa l'impacte de qualsevol node únic a la xarxa (Barabási, 2003). Significa que les institucions culturals no han d'esperar que els usuaris visitin els seus llocs web, sinó que han de cridar la seva atenció en els llocs d'internet que ja visiten.

Conclusió

Les xarxes digitals han plantejat nous reptes: permeten un fàcil intercanvi d'informació i de cooperació i obliguen a complir sistemes de control més comprimits per a l'accés a la informació i a les mercaderies culturals. Estan sorgint noves pràctiques en el context digital. La cultura digital d'avui emmarca l'experiència del món que ens envolta i ens ofereix un conjunt complex d'eines per organitzar noves relacions d'interacció de la informació i de la cultura local i global. En altres paraules, la tecnologia presenta les eines que fem servir a la feina, però també defineix l'entorn en el qual vivim. Fer cas omís del canvi de context allunyaria al sector cultural dels seus usuaris, que han continuat avançant en les pràctiques, les expectatives i els hàbits. Les xarxes digitals han creat condicions de possibilitat que suggereixen alguns futurs possibles. El futur del desenvolupament cultural estarà determinat per la finalitat amb què es faci servir la cultura digital: bé per facilitar la comunicació intercultural i crear recursos de coneixement que puguem intercanviar i als quals puguem contribuir, bé per dur a terme activitats basades en el mercat i amb finalitats lucratives que reforcin el control sobre el coneixement i la informació. La cultura pot tenir noves oportunitats en aquest nou context i oferir als

usuaris la possibilitat d'actuar com a ciutadans actius i no només com a consumidors.

Referències bibliogràfiques

- BARABÁSI, A. (2003). *Linked*. Londres: Penguin Group (A Plume Book).
- BENKLER, Y. (2006). *The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven/ Londres: Yale University Press.
- BOYD-BARRET, O. (2004). «U.S. Global Cyberspace». A: D. SCHULER, P. DAY (eds.). *Shaping the Network Society: the New Role of Civil Society in Cyberspace*. Cambridge / Londres: The MIT Press. Pàg. 19-42.
- CAREY, J. W. (1992). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Nova York / Londres: Routledge.
- DASCAL, M. (2006). «Digital Culture: Pragmatic and Philosophical Challenges». *Diogenes*. Vol. 53, núm 3, pàg. 23-39.
- DEUZE, M. (2007). «Convergence culture in the creative industries». *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 10, núm. 2, pàg. 243-263.
- FORESTA, D.; MERGIER, A.; SEREXHE, B. (1995). *The new space of communication, the interface with culture and artistic activities*. Estrasburg: Consell d'Europa.
- GERE, C. (2002). *Digital Culture*. Londres: Reaktion Books
- GRAHAM, P. (2009). «Post-medium Publishing» [article en línia]. [Data de consulta, setembre de 2009]. <www.paulgraham.com/publishing.html>
- HAMELINK, C. (2003). «Human Rights for the Information Society». A: G. GIRARD, S.Ó. SIOCHRÚ (eds.). *Communicating in the Information Society*. Ginebra: UNRISD. Pàg. 121-163. [Data de consulta, maig de 2006]. <[http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/\(httpPublications\)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument](http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/(httpPublications)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument)>
- HAWK, B.; RIEDER, D. M. (2008). «On Small Tech and Complex Ecologies». A: *The Culture and Digital Tools*. Minneapolis / Londres: University of Minnesota Press.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. Nova York / Londres: New York University Press.
- LÉVY, P. (2001). *Cyberculture*. Electronic Mediation Series. Vol. 4. University of Minnesota Press.
- LISTER, M.; DOVEY, J.; GIDDINGS, S. [et al.] (2009). *New Media: a critical introduction*. Londres / Nova York: Routledge
- MANOVICH, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press
- PASQUALI, A. (2003). «A Brief Descriptive Glossary of Communication and Information Aimed at Providing Clarification and Improving Mutual Understanding». A: G. GIRARD, S.Ó.



<http://dighum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia...

SIOCHRÚ (eds.). *Communicating in the Information Society*. Ginebra: UNRISD. Pàg. 195-223. [Data de consulta, maig de 2006].

<[http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/\(httpPublications\)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument](http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/(httpPublications)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument)>

UZELAC, A. (2008). «How to understand digital culture: Digital Culture - a resource for a knowledge society. A: A. UZELAC, B. CVJETIČANIN (eds.). *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations. Pàg. 7-21. <www.culturelink.hr/publics/joint/digicult/digital_culture-en.pdf>

CITACIÓ RECOMANADA

UZELAC, Aleksandra (2010). «La cultura digital, un paradigma convergent on s'uneixen la tecnologia i la cultura: reptes per al sector cultural». A: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalització de la cultura a la cultura digital» [dossier en línia]. *Digithum*. Núm. 12. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa] ISSN 1575-2275

<<http://dighum.uoc.edu/ojs/index.php/dighum/article/view/n12-uzelac/n12-uzelac>>



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista i la institució que la publiquen (*Digithum*; FUOC); no en feu un ús comercial i no en feu obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.



Aleksandra Uzelac

auzelac@irmo.hr

Institut per a les Relacions Internacionals (Zagreb, Croàcia)

Ulica Ljudevita Farkaa Vukotinovića 2
P.O. Box 303
10000 Zagreb
Croàcia

Cap del Departament de Cultura i Comunicació de l'Institut per a les Relacions Internacionals (IMO) de Zagreb, Croàcia. Doctora en Ciències de la Informació per la Universitat de Zagreb el 2003.

Partint de la seva investigació sobre pràctiques culturals concretes, els seus interessos s'han centrat en l'impacte de les TIC en temes culturals, xarxes virtuals i portals, digitalització de la cultura i el context canviant de les polítiques culturals cap a la cultura virtual. Els seus interessos se centralitzen en els impactes de la globalització i la comercialització de la societat i l'esfera virtual en la diversitat cultural. Els resultats de la seva investigació s'han publicat en llibres i revistes científiques a Croàcia i a l'estranger. El 2008 va coeditar el llibre *Digital Culture: The Changing Dynamics* (<<http://www.culturelink.hr/publics/joint/index.html#digicult>>)

Aleksandra Uzelac ha combinat les activitats d'investigació amb iniciatives pràctiques dirigides al desenvolupament de la cultura virtual a Croàcia i el 2000 va iniciar el projecte www.culturenet.hr, un portal cultural nacional de Croàcia. És membre de la xarxa Culturelink (<www.culturelink.org>) i forma part del seu equip editorial des de 1993. Des de 2006 és membre del comitè executiu de la xarxa Culturemondo (<www.culturemondo.org>). Més informació sobre l'autora a: <www.connectcp.org/AleksandraUzelac>.



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu